



STRATEGI PT. AULIYA TOUR AND TRAVEL DALAM MEMPROMOSIKAN PROGRAM HAJI DAN UMRAH KEPADA MASYARAKAT



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Negeri

Sultan Syarif Kasim

DISUSUN OLEH:

YOGA OKTA PRATAMA

NIM : 11544101740

PROGRAM STRATA SATU (S1)

PRODI MANAJEMEN DAKWAH

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

1442 H / 2020 M

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و علم الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Strategi PT. Auliya Tour And Travel Dalam Mempromosikan Program Haji Dan Umrah Kepada Masyarakat” yang ditulis oleh :

Nama : Yoga Okta Pratama

Nim : 11544101740

Jurusan : Manajemen Dakwah

Telah dimunaqasahkan dalam Sidang Ujian Sarjana pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 03 November 2020

Sehingga skripsi ini dapat diterima dan disahkan oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 13 November 2020

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Suska Riau

Dr. Nurdin MA.

NIP. 19660620 200604 1 015

Panitia Sidang Munaqasah,

Ketua/Penguji I

Sekretaris/Penguji II

Digitally signed by Dr. Masduki, M.Ag
Date: 2020.11.18 08:04:51 +07'00'

Dr. Masduki, M.Ag

NIP. 19710612199803 1 003

Penguji III

Zulkarnaini, M.Ag

NIP. 19710212200312 1 002

Khairuddin M. Ag

NIP. 19720817200910 1 002

Penguji IV

Perdamaian HSB, M.Ag

NIP. 19621124199603 1 001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و علم الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrandt No.155 KM.18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Setelah melakukan bimbingan, arahan, koreksi, serta perbaikan sebagaimana semestinya terhadap penulis skripsi saudara:

Nama : Yoga Okta Pratama
Nim : 11544101740
Jurusan : Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : **Strategi PT.Auliya Tour and Travel Dalam Mempromosikan Program Haji dan Umrah Kepada Masyarakat**

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk di Munaqasahkan guna melengkapi tugas serta memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian Munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen Dakwah

Pembimbing

Imron Rosidi, S.pd. M.A.Ph.D
NIP. 19811118200901006

Artis, S.Ag, M.I. Kom
NIP. 196806072007011047

2. UIN SUSKA RIAU

Ha cipta m lili UIN Suska Riau
Ha cipta Diindungi Undang-Undang
Penguatipian hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
Penguatipian tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji Pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : **Yoga Okta Pratama**
NIM : 11544101740
Judul : **Strategi PT. Auliya Tour And Travel dalam Mempromosikan Program Haji dan Umrah Kepada Masyarakat**

Telah Diseminarkan Pada :

Hari : Jum'at
Tanggal : 10 April 2020

Dapat diterima untuk dilanjutkan Menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Bimbingan Konseling Islam di Fakultas Dakwah dan komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 12 Juni 2020

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Khairuddin, M.Ag
NIP. 19720817200910 1 002

Penguji II,

Darusman, M.Ag
NIP.19700813199703 1 001

UIN SUSKA RIAU



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yoga Okta Pratama

NIM : 11544101740

Tempat/Tanggal Lahir : Perawang, 22 Oktober 1996

Jurusan : Manajemen Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini yang berjudul **“Strategi PT. Auliya Tour And Travel Dalam Mempromosikan Program Haji Dan Umrah Kepada Masyarakat”** ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi dari akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh dengan karya tulis ini sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta undang-undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 10 Desember 2020

Yang Membuat Pernyataan



Yoga Okta Pratama
Nim. 11544104553

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و علم الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Pekanbaru, 10 November 2020

Dosen Pembimbing Skripsi

Nomor : Nota Dinas

Lampiran : 5 (Eksemplar) Skripsi

Hal : **Pengajuan Ujian Skripsi**

A.n Yoga Okta Pratama

Kepada Yth,

Dekan

Fakultas Dakwah dan Kominikasi

Di Pekanbaru

Assalamua'alaikum Wr. Wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan atau perubahan seperlunya guna kesempurnaan skripsi ini, maka kami sebagai pembimbing skripsi saudara **Arif Reynaldi, NIM. 11544101740** dengan judul “ **Strategi PT. Auliya Tour And Travel Dalam Mempromosikan Program Haji Dan Umrah Kepada Masyarakat** ” telah dapat diajukan untuk mengikuti ujian Munaqasah guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian Munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat pengajuan ini kami buat, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing,

Artis, S.Ag, M.I. Kom
NIP. 196806072007011047

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang menyalin atau seluruh karyanya ini tanpa izin dari pihak UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengutip atau sebagian dari karyanya ini untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



ABSTRAK

Nama : Yoga Okta Pratama
Jurusan : Manajemen Dakwah
Judul : Strategi PT. Auliya Tour And Travel Dalam Memproseskan Program Haji Dan Umrah Kepada Masyarakat

Penelitian ini di belakangi oleh strategi promosi untuk masyarakat dalam pelaksanaan ibadah haji dan umrah untuk meningkatkan persaingan dalam sektor bisnis penyedia jasa perjalanan ibadah haji dan umrah harus meningkatkan kualitas strategi promosi yang lebih baik dari pesaing yang lainnya. Penelitian ini dilakukan di PT. Auliya Tour And Travel. Informasi penelitian ini berjumlah 4 orang. Data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi serta dianalisa menggunakan metode deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi promosi PT. Auliya Tour And Travel yaitu : Pertama, produk, dalam mempromosikan produk paket haji dan umrah dengan media sosial. Kedua, harga, untuk mempermudah masyarakat dalam mengambil paket haji dan umrah dan juga melakukan promo-promo dalam harga ini. Ketiga, Tempat, dalam melakukan promosi PT. Auliya Tour And Travel dilakukan di tempat-tempat yayasan dan mesjid untuk mempromosikan nya. Keempat, Promosi, dilakukan dengan mengikuti pameran dan even-even dan juga melalui ke tempat-tempat yayasan dan mesjid.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Haji dan Umrah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ABSTRACT

Name : Yoga Okta Pratama
Department : Da'wah Management
Title : **Strategy Of PT. Auliya Tour And Travel in Promoting Hajj and Umrah Programs to the Community**

This research is supported by the promotion strategy for the community in the implementation of the Hajj and Umrah pilgrimage to increase competition in the business sector, providers of Hajj and Umrah travel services must improve the quality of promotional strategies that are better than other competitors. This research was conducted at PT. Auliya Tour And Travel. This research information amounted to 4 people. The data were collected through interviews, observation, and documentation and were analyzed using descriptive qualitative methods. Based on the research results it can be concluded that the promotion strategy of PT. Auliya Tour And Travel, namely: First, products, in promoting Hajj and Umrah package products with social media. Second, the price, to make it easier for people to take Hajj and Umrah packages and also do promotions at this price. Third, place, in promoting PT. Auliya Tour And Travel is conducted at foundations and mosques to promote it. Fourth, Promotion, carried out by participating in exhibitions and events and also through foundations and mosques.

Keywords: Promotion Strategy, Hajj and Umrah



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian yang berjudul **“Strategi PT. Auliya Tour And Travel Dalam Mempromosikan Program Haji Dan Umrah Kepada Masyarakat”** sesuai dengan rencana yang telah ditentukan.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen yang telah memberi arahan selama penulisan usulan penelitian ini dan kepada rekan-rekan yang telah membantu dalam penyelesaian usulan penelitian ini.

Penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk menyusun usulan penelitian ini, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan usulan penelitian ini sehingga berguna bagi kita semua.

1. Teristimewah buat Ayahanda dan ibunda (Rinal Edi Dan Fitrawati) yang telah banyak memberikan motivasi, dorongan baik materi maupun moral serta senantiasa berdoa demi keberhasilan anaknya dalam menuntut ilmu sebagai bakal baik di dunia maupun akhirat kelak.
2. Bapak prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, S. Ag, M. Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif KAsim Riau beserta Wakil Rektor 1 yaitu bapak Drs. H. Suryan, MA, Wakil Rektor II bapak H. Kusnedi, M.Pd.
3. Bapak Dr. Nurdin, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi beserta Wakil Dekatn I Bapak Dr. Masdiki, M.Ag, Wakil Dekan II Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si, Wakil Dekan III Bapak Dr. Azni, M.Ag yang telah memberikan rekomendasi kepada penulis untuk melakukan penelitian ini.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Bapak Imron Rosidi, S.Pd, M.A, Ph.D selaku ketua prodi Manajemen Dakwah beserta sekretaris prodi Bapak Khairuddin, M.Ag dan seluruh staf yang telah memberikan kemudahan kepada penulis.
5. Bapak Artis, M. Ikom selaku pembimbing saya yang telah memberikan dukungan, motivasi dalam bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen terimakasih atas ilmu pengetahuan yang diberikan kepada peneliti dalam menyelesaikan studi di prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
7. Karyawan dan Karyawati Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau telah memberikan pelayanan dengan baik dalam administrasi.
8. Keluarga tercinta terimakasih atas dukungannya semua, dan semangatnya sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini, semoga kalian selalu dalam keadaan sehat wal'afiat, amin. Besar harapan peneliti kepada pembaca untuk memberikan kritikan dan saran, demi kesempurnaan skripsi ini dikemudian hari.

Pekanbaru, 08 Oktober 2020

Yoga Okta Pratama

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Pengertian Strategi dan Promosi.....	9
1. Strategi	9
a) Tujuan Strategi.....	10
b) Pendekatan Dalam Strategi	11
c) Manfaat Strategi.....	11
d) Fungsi Strategi	12
e) Macam-macam Strategi	12
2. Promosi	14
a. Mengembangkan Rencana Promosi.....	17
b. Sasaran Promosi.....	19
B. Program Haji dan Umrah.....	19
1. Pengertian Program Haji dan Umrah.....	19
2. Pelaksanaan Program Haji dan Umrah	21
3. Tujuan Program Haji dan Umrah.....	26
C. Kajian Terdahulu	26



D. Kerangka Pikir	29
-------------------------	----

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	32
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	33
C. Subjek dan Objek Penelitian	33
D. Sumber Data.....	33
E. Informan Penelitian.....	34
F. Teknik Pengumpulan Data.....	34
G. Validasi Data.....	35
H. Teknik Analisis Data.....	36

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah PT Auliya Tour & Travel Pekanbaru	38
B. Profil PT Auliya Tour & Travel Pekanbaru	39
C. Visi Misi PT Auliya Tour & Travel Pekanbaru	39
D. Struktur Organisasi PT.Auliya Tour and Travel Pekanbaru.	40
E. Kantor Cabang PT.Auliya Tour and Travel.....	41

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	43
B. Pembahasan	48

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan.....	52
B. Saran	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Kantor Cabang PT. Auliya Tour and Travel	41
--	----



UIN SUSKA RIAU



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	30
Gambar 4.1 Struktur PT.Auliya Tour and Travel Pekanbaru	40

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Haji dan umrah merupakan salah satu ibadah yang diwajibkan bagi setiap muslim yang mampu.¹ Kewajiban ini merupakan rukun Islam yang kelima. Karena haji merupakan kewajiban, maka apabila orang yang mampu tidak melaksanakannya maka berdosa dan apabila melaksanakannya mendapat pahala. Sedangkan makna haji bagi umat Islam merupakan respon terhadap panggilan Allah SWT.² Haji dan umrah hanya diwajibkan sekali seumur hidup,³ ini berarti jika seseorang telah melaksanakannya yang pertama, maka selesailah kewajibannya.⁴ Untuk yang kedua, ketiga dan seterusnya hanyalah sunnah.⁵

Hukum ibadah umrah ini masih terjadi perbedaan pendapat. Sebagian ulama (Fuqaha) mengatakan wajib dan sebagian yang lain mengatakan sunnah. Jika disimpulkan dari argumen para Fuqaha umrah yang memiliki hukum wajib adalah umrah yang dilakukan bersama hajinya dan umrah yang tidak dilaksanakan berkaitan dengan haji hukumnya sunnah.⁶

Haji pada hakikatnya merupakan sarana dan media bagi umat Islam untuk melaksanakan ibadah ke Baitullah dan Tanah Suci setiap tahun. Karena setiap tahun sebagian umat muslim dari seluruh dunia datang untuk menunaikan ibadah haji. Adapun ibadah umrah pada hakikatnya menjadi sarana dan media bagi umat muslim

¹ Abdurachman Rochimi, 2010. *Segala Hal Tentang Haji Dan Umroh*, (Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama), 9.

² Dien Majid, 2008. *Berhaji Dimasa Kolonial*, (Jakarta : CV. Sejahtera), 36.

³ Abdul Aziz Bin Abdullah Bin Baaz, 1993. *Haji, Umrah dan Ziarah berdasarkan tuntunan Al-Qur'an dan As-sunnah*, (Jakarta : CV. Firdaus), 5.

⁴ Ahmad Thib Raya, Siti Musdah Mulia, 2003. *Menyelami Seluk Beluk Dalam Islam*. (Jakarta : Prenada Media), 227.

⁵ Imam Jazuli, 2014. *Buku Pintar Haji Dan Umroh*, (Yogyakarta : Ar-Ruzz Media), 55.

⁶ Muhammad Sholikhin, 2013. *Keajaiban Haji Dan Umrah*, (Jakarta : Erlangga), 4.



untuk beribadah ke tanah suci setiap saat dan waktu. Karena pada saat itu umat muslim datang dan berziarah ke Ka'bah untuk melakukan ibadah dan mendekatkan diri kepada Allah SWT. Tidak hanya pada tahun saat haji, akan tetapi pada setiap saat, ketika orang melaksanakan ibadah umrah.⁷

Pada dasarnya, tujuan pokok pada perjalanan haji dan umrah ada tiga hal, yaitu:

1. Mengerjakan haji, hukumnya wajib bagi yang mampu dan hanya sekali seumur hidup. Adapun selebihnya itu sunnah. Mengerjakan ibadah haji hanya bisa dikerjakan pada musim haji, sedangkan ibadah umrah bisa dikerjakan pada setiap waktu yang tidak terbatas.
2. Mengerjakan umrah, mengerjakan ibadah haji dan umrah terdapat perbedaan dan persamaan dalam waktu dan pelaksanaannya.
3. Melakukan ziarah, hukumnya sunnah. Ziarah yang dimaksudkan adalah ketempat-tempat, baik di Jeddah, Mekkah, Madinah dan tempat-tempat lain yang bersejarah.⁸

Berbicara tentang kewajiban haji dan umrah, telah diterangkan dalam Firman-Nya. Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an:

وَأَتِمُوا الْحَجَّ وَالْعُمْرَةَ لِلَّهِ

Artinya; “Dan sempurnakanlah ibadah haji dan umrah karena Allah.”: (QS. Al-Baqarah: 196).⁹

Haji sebagai salah satu rukun islam yang mewajibkan kita untuk menunaikannya jika mampu, tetapi karena keterbatasan kuota untuk menunaikan ibadah haji ke Tanah Suci maka tidak memungkinkan kita untuk bersegera

⁷ Ahmad Thib Raya, Siti Musdah Mulia, 2003. *Menyelami Seluk Beluk Dalam Islam*, (Jakarta : Prenada Media), 231.

⁸ Ahmad Abd Majdi, 1993. *Seluk Beluk Ibadah Haji Dan Umroh*, (Surabaya : Mutiara Ilmu), 13.

⁹ (QS : Al-Baqoroh), 196.



menunaikannya. Umrah menjadi sebuah alternatif perjalanan ibadah ke Tanah Suci walaupun tidak menggugurkan kewajiban haji.¹⁰

Di Indonesia perjalanan haji difasilitasi oleh Negara atau biro travel haji dan umroh, berbeda halnya dengan perjalanan umroh difasilitasi oleh jasa biro travel haji. Sehingga, tour dan travel haji umroh yang ada di Indonesia berlomba-lomba mempromosikan program serta fasilitas yang diberikan selama perjalanan haji maupun umrah. Oleh karena itu, diperlukanlah strategi promosi untuk menarik masyarakat agar menggunakan jasa tour dan travel. Banyaknya biro penyelenggaraan ibadah haji dan umrah menjadikan para biro jasa penyelenggaraan berkompetisi untuk menarik simpati jamaah. Semua biro jasa itu berlomba-lomba untuk menawarkan pelayanan, pembinaan, serta fasilitas yang akan diberikan saat pelaksanaan ibadah.

Kegiatan ibadah haji dan umrah harus memperhatikan standar dalam pelaksanaannya. Pertama standar pelaksanaannya seperti pengelolaan dokumen haji dan umrah, pemeriksaan kesehatan calon jamaah, bimbingan manasik, penyediaan kelengkapan, dan konsultasi. Kedua, standar pelayanan ibadah haji dan umrah di tanah suci seperti pelayanan transportasi, akomodasi, konsumsi, dan kesehatan.¹¹

Kedua standar di atas diberikan oleh pihak tour dan travel kepada jamaah haji dan umroh. Disinilah letak bagaimana pihak tour dan travel mempromosikan program serta fasilitas yang diberikan kepada calon jamaah. Tujuannya agar calon jamaah haji maupun umrah mau menggunakan jasa tour dan travel yang dipromosikan. Adanya promosi program serta fasilitas yang akan diberikan oleh pihak tour dan travel menjadikan calon jamaah dapat membuat keputusan jasa tour dan travel apa yang akan mereka gunakan dalam melaksanakan ibadah haji dan umrah. Baik itu meliputi proses pelaksanaan persiapan sebelum keberangkatan maupun pelayanan yang akan

¹⁰ Masrura Ram Idjal, 2014. *Umrah Menggapai Berkah Di Tanah Suci*, (Bandung : PT. Cendekia Visitama), 31.

¹¹ Abdul Aziz dan Kustini, 2007. *Ibadah Haji Dalam Sorotan Publik*, (Jakarta: Puslitbang Kehidupan Keagamaan), 22.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



mereka dapatkan ketika melaksanakan ibadah haji di tanah suci seperti akomodasi, transportasi, dan kesehatan selama ibadah.

Dalam prakteknya, penyelenggaraan ibadah haji dan umrah dalam tiga tahun terakhir ini dinilai oleh masyarakat kurang efektif dan efisien. Sehingga, hal ini mempengaruhi kepercayaan jamaah dan kualitas pelayanan terhadap jamaah. Kasus menghebohkan yang terjadi pada tahun 2018 lalu yaitu kasus penipuan terhadap calon jamaah yang dilakukan oleh biro jasa “First Travel”. Biro jasa tersebut gagal keberangkatan ribuan calon jamaah umrah yang telah mendaftarkan diri dan menyetorkan uang untuk paket umrah.

Terlepas dari kasus penipuan yang dilakukan oleh biro jasa “First Travel”, dalam rangka menggaet para konsumen yaitu calon jamaah haji dan umrah untuk menggunakan jasa yang mereka berikan, pihak first travel giat mempromosikan paket murah umrah. Selain mempromosikan paket murah pihak First Travel juga menggunakan jasa artis dalam mempromosikannya, sehingga menjadikan konsumen tertarik untuk menggunakan jasa First Travel ini.

Begitu pula halnya dengan PT. Auliya Tour and Travel yang bergerak dibidang jasa pelayanan ibadah umrah dan haji pastinya memiliki strategi promosi dalam menawarkan jasa serta layanan yang akan diberikan kepada konsumen calon jamaah haji dan umrah. Biro perjalanan umrah PT. Auliya Tour and Travel merupakan salah satu biro perjalanan umrah yang berusaha memberikan pelayanan pelaksanaan haji dan umrah yang amanah dengan standar operasional yang ditetapkan oleh perusahaan. PT. Auliya Tour and Travel yang beralamat di Jalan Taman Karya, Kecamatan Tampan, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau.

Perusahaan yang memiliki standar operasional yang baik dan selalu mengutamakan penggunaan komunikasi yang mudah dipahami serta manajemen operasional yang jelas akan selalu memiliki nilai lebih dibanding perusahaan lain. Saat ini penawaran biro jasa wisata haji dan umrah semakin meningkat dengan munculnya perusahaan-perusahaan baru yang menyajikan berbagai macam jenis penawaran yang sangat menarik, akan tetapi dalam proses pengoperasiannya tidak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



maksimal dan tidak memberikan nilai kepuasan kepada pelanggan atau customernya. Sehingga banyak sekali para jemaah yang dikecewakan dengan hal tersebut.

Dengan demikian strategi dan promosi perusahaan dengan kegiatan yang dikerjakan atau dilaksanakan di lapangan harus searah, karena hal ini sangat berpengaruh terhadap kepuasan jemaah dan strategi beserta program yang dilaksanakan oleh perusahaan tersebut. Strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan sadar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran dalam suatu organisasi dalam rangka mencapai tujuan organisasi tersebut.¹² Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menginformasikan suatu informasi atau jasa dengan tujuan agar khalayak internal dan eksternal mengetahui informasi yang seharusnya diketahui oleh setiap khalayaknya. Promosi merupakan sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi adalah memperoleh perhatian, mendidik, meningkatkan dan meyakinkan calon pembeli.¹³

Begitu juga dengan PT Auliya Perkasa Abadi atau yang lebih banyak dikenal dengan Auliya Tour & Travel pastinya memiliki strategi promosi dalam mempromosikan biro jasa pada konsumen calon jemaah baik berupa layanan dan fasilitas yang akan diperoleh oleh calon konsumen. Strategi promosi yang mereka lakukan dapat dikatakan berhasil, hal ini terlihat dari keberhasilan biro jasa Auliya Tour dan Travel pada setahun awal perusahaan ini didirikan telah mampu memberangkatkan 700 jemaah. Ini menunjukkan bahwa eksistensi perusahaan ini sudah banyak dipercaya oleh masyarakat.

Masalah inilah yang membuat peneliti tertarik untuk mengetahui lebih jauh lagi tentang strategi, promosi dan program untuk menarik minat jemaah umrah yang digunakan di PT. Auliya Tour and Travel dalam menghasilkan output yang baik, sehingga bisa menarik minat konsumen untuk selalu menggunakan jasa pelayanannya.

¹² Siagian P. Sondang, *Managemen Strategi*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2004), 20.

¹³ Buchali Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: 2005), 176.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Dalam penelitian ini, peneliti hanya memfokuskan pada Strategi Promosi dan Program Jamaah umrah di PT. Auliya Tour and Travel dengan tujuan untuk merencanakan dan melihat masa depan perusahaan dengan perubahan-perubahan yang terjadi dilingkungan perusahaan. Untuk mengetahui lebih lanjut dan mendalam penulis ingin menuangkan dalam sebuah karya Ilmiah “**Strategi PT. Auliya Tour and Travel dalam Mempromosikan Program Haji dan Umrah kepada Masyarakat**”.

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari dari kesalah pahaman dalam memahami judul usulan penelitian ini, penulis memaparkan terlebih dahulu beberapa istilah sebagai berikut:

1. Strategi Promosi

Strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan sadar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran dalam suatu organisasi dalam rangka mencapai tujuan organisasi tersebut.¹⁴

Promosi adalah salah satu variable dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.¹⁵

2. Program Haji dan Umrah

Program merupakan pernyataan yang berisi kesimpulan dari beberapa harapan atau tujuan yang saling bergantung dan saling terkait, untuk mencapai suatu sasaran yang sama. Biasanya suatu program mencakup seluruh kegiatan yang berada di bawah unit administrasi yang sama, atau sasaran-sasaran yang saling bergantung dan saling melengkapi, yang semuanya harus dilaksanakan secara bersamaan atau berurutan.¹⁶

¹⁴ Siagian P. Sondang, *Managemen Strategi*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2004), 20.

¹⁵ Rambat Lupiyoadi, A.Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 120.

¹⁶ Muhaimin, Suti'ah, dan Sugeng Listyo Prabowo, 2009, *Manajemen Pendidikan*, (Jakarta: Kencana), 349.



C. Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah maka peneliti mengangkat masalahnya yaitu: Bagaimana Strategi PT. Auliya Tour and Travel dalam Mempromosikan Program Haji dan Umrah kepada Masyarakat ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Tujuan penelitian yang akan penulis lakukan ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi PT. Auliya Tour and Travel dalam mempromosikan program haji dan umrah kepada masyarakat.

2. Manfaat

- Sebagai pengembangan dan pembinaan disiplin ilmu Manajemen Dakwah pada konsentrasi Haji dan Umrah.
- Sebagai bahan informasi bagi pihak yang berkepentingan dan masyarakat tentang strategi Tour and Travel dari promosi sampai programnya.
- Sebagai sumber bacaan terhadap almamater sekaligus bagi perpustakaan UIN SUSKA Riau.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan digunakan untuk menguraikan pembahasan masalah yang terdapat diatas. Maka penulis berupaya menyusun kerangka penelitian secara sistematis agar lebih terarah dan mudah dipahami.

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan bab yang berisi tentang latar belakang, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Merupakan bab yang berisi tentang kajian teori, kajian terdahulu dan kerangka pikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Merupakan bab yang berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Merupakan bab yang berisi tentang sejarah berdirinya PT. Auliya Tour and Travel di Pekanbaru, visi, misi, struktur kepengurusan dan tugas masing-masing anggota.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Merupakan bab yang berisi hasil penelitian dan pembahasan dari data penelitian dilapangan dan pembahasan atau analisa hasil penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Merupakan bab yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran mengenai hasil penelitian ini.



BAB II KAJIAN TEORI

A. Pengertian Strategi dan Promosi

1. Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani kuno yang berarti “seni berperang”. Suatu strategi memiliki dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju, jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan.¹⁷ Kata strategi berasal dari Yunani “*strategos*” yang berarti kepemimpinan dalam ketentaraan dan merupakan gabungan kata dari *stratus* (tentara) dan *ago* (memimpin).¹⁸ Sedangkan strategi menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Namun, sekarang ini kata strategi sering diartikan sebagai sebuah organisasi untuk mencapai misinya.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.¹⁹

Strategi adalah prioritas atau arah keseluruhan yang luas yang diambil oleh organisasi dan menjadi suatu pilihan tentang bagaimana cara terbaik untuk mencapai misi organisasi.²⁰

Sejalan dengan pemikiran diatas, menurut Pierce Robinson, dalam Fendy Tjiptono, strategi mempunyai arti sebagai “*game plan*” didalam suatu perusahaan dimana sumber-sumber (baik sumber daya manusia, material, maupun uang) dialokasikan melalui rencana yang telah diformulasikan dan didesain sedemikian rupa hingga tersedia suatu kerangka kerja yang memungkinkan pengambilan keputusan-keputusan yang bersifat manajerial. Strategi juga merupakan refleksi pencerminan dari pada kesadaran organisasi/perusahaan terhadap bagaimana, kapan, dan dimana

¹⁷ Setiyawan Hari Purwodan Zulkieflimansyah, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Lembaga Penerbitan FEUI, 2001), 20.

¹⁸ David, Fred.R. 2004. *Manajemen Strategis*, (Jakarta : PT. Indeks kelompok gramedia), 34.

¹⁹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdaskarya, 2006), 32.

²⁰ Tjiptono, Fendy. 2001. *Strategi Pemasaran. Edisi Pertama*, (Yogyakarta: Andi Offset), 38-39



harus menghadapi persaingan, dengan siap mereka harus bersaing dan untuk apa hal tersebut dilakukan.

Dalam pengertian lain strategi adalah bagian terpadu dari suatu perencanaan, sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari manajemen.²¹ Pada aspek ini rencana dan perencanaan merupakan aspek yang ditonjolkan dalam menelaah sebuah strategi, maksudnya agar tujuan bersama dapat dicapai dengan baik, sehingga tidak terjadi penyimpangan apa yang direncanakan semula.

Banyaknya pendapat dari para ahli tentang arti strategi, namun esensinya tidak jauh berbeda. Secara singkat dapat dikatakan bahwa strategi merupakan sikap lembaga dalam menghadapi lingkungan atau keadaan sekelilingnya agar tujuan lembaga dapat tercapai. Seandainya suatu lembaga berusaha tanpa mempunyai strategi mungkin bisa saja sukses, akan tetapi kesuksesan itu bisa dikatakan sukses yang kebetulan. Sasaran bisa tercapai tanpa strategi, tapi belum pasti efisien.

a) Tujuan Strategi

Strategi merupakan langkah yang sangat signifikan bagi organisasi atau lembaga dalam upaya meningkatkan dan pengembangan lembaga itu sendiri. Untuk itu strategi secara umum adalah untuk menghindari atau mengantisipasi segala bentuk kegagalan yang akan terjadi, dengan memperhatikan kemungkinan-kemungkinan tersebut, maka membutuhkan segenap pengelolaan secara profesional.

Namun, tujuan dari strategi diatas yaitu :

- a. Untuk mengevaluasi dan menjalankan strategi yang sudah dipilihnya dengan cara efektif dan efisien.
- b. Untuk melakukan evaluasi kinerja, meninjau, mengkaji ulang, melaksanakan penyesuaian dan mengoreksi apabila terdapat kesalahan atau penyimpangan dalam pelaksanaan suatu strategi.

²¹ Ruslan, Rosady, *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), 109.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

- c. Memperbaharui strategi yang telah dirumuskan agar sesuai dengan perkembangan lingkungan eksternal.
- d. Untuk meninjau kembali dari kekuatan, kelemahan, peluang dan juga ancaman bisnis yang ada.
- e. Agar bisa melaksanakan inovasi atas produk maupun barang supaya sesuai dengan selera dari konsumen.

b) Pendekatan dalam Strategi

- a. Merumuskan perhatian kepada kekuatan atau power sebagai fokus pokok dalam pendekatan strategi.
- b. Strategi memusatkan perhatian pada yang ingin dicapai serta gerak untuk mencapai tujuan tersebut.
- c. Strategi memperhitungkan faktor-faktor waktu dan faktor lingkungan.
- d. Strategi memusatkan masalah-masalah yang terjadi dari peristiwa yang ditafsirkan berdasarkan konteks kekuatan, kemudian mengadakan analisa mengenai kemungkinan-kemungkinan serta memperhitungkan pilihan-pilihan dan langkah yang dapat diambil.²²

Pendekatan strategi harus selalu merupakan pendekatan yang komprehensif dan oleh karena itu tidak bisa harus didukung oleh analisa yang sifatnya multidisipliner, yang terpenting fokus dan strategi adalah kekuatan.

c) Manfaat Strategi

Menurut Tripomo rumusan strategi yang baik akan membawa manfaat sebagai berikut:²³

- a. Mendorong pemahaman terhadap situasi.
- b. Untuk memahami situasi yang bakal terjadi dimasa depan yang dapat mempengaruhi organisasi menjadi lebih responsive.
- c. Mengatasi konflik karena arah pembangunan tidak jelas.

²² Moertopo Ali, *Strategi Pembangunan Indonesia*, (Jakarta: CSIS 1978), 17

²³ Tedjo Tripomo, *Manajemen Strategi Rekayasa Sains*, (Bandung: 2004), 17.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Untuk alat koordinasi menghindari masalah ketidakjelasan arah akibat adanya konflik, dan diharapkan strategi dapat mampu mencapai tujuan dan keputusan yang telah direncanakan.
- e. Pendayagunaan dan alokasi sumber daya terbatas.
- f. Untuk menggalang berbagai sumber daya organisasi mengarah sesuai dengan strategi organisasi sehingga mampu menentukan keputusan yang tepat dan efektif, karena strategi yang tepat sumber daya organisasi menjadi lamban sehingga organisasi gagal mencapai visinya.
- g. Memenangkan kompetisi.
- h. Untuk bertahan hidup atau berkembang dengan menghadapi pesaing-pesaing yang lain.
- i. Mencapai keinginan dan pemecahan masalah.
- j. Untuk merumuskan perhatian atau permasalahan keinginan organisasi yang paling kritis.

d) Fungsi Strategi

Adapun fungsi strategi adalah berupaya menanamkan pemahaman dan pengertian melalui proses publikasi dan memiliki bentuk lebih banyak menekankan pada aspek persuasif agar publik tidak berkesempatan untuk menoleh kepihak lain atau punya pilihan lain.²⁴

Jika membicarakan strategi dalam penyampaian informasi tidak lepas dari fungsi humas dalam melaksanakan kerjanya. Dalam hal ini diperlukan pimpinan humas yang dapat mengatur strategi dan mempunyai kredibilitas melaksanakan fungsi-fungsi sehingga strategi komunikasi mendapat respon positif dari publik yang dituju.

e) Macam-Macam Strategi

1. Strategi Perusahaan (*Corporate Strategy*)

²⁴ Ruslan, Rosady, *Kampanye Publik Relations kiat dan Strategi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1997), 84.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Strategi yang dilakukan oleh perusahaan sehubungan dengan persaingan antar perusahaan dalam sektor bisnis yang dijalankannya secara keseluruhan. Tujuannya untuk menetapkan keseluruhan sikap perusahaan terhadap pertumbuhan dengan cara perusahaan mengelola bisnis atau lini produknya. Sebuah perusahaan bisa memutuskan untuk tumbuh dengan meningkatkan aktivitas atau investasinya, artinya menghemat dengan menguranginya.

2. Strategi Bisnis atau Strategi Persaingan

Strategi yang dilakukan oleh perusahaan sehubungan dengan persaingan bisnis yang dijalankan pada beberapa jenis yang dipedagangkan. Strategi bisnis atau strategi persaingan yang berlangsung pada tingkat unit bisnis atau lini produk, berfokus pada peningkatan posisi bersaing perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan telah berkomitmen memperluas tawaran produknya dan melayani pelanggan melalui teknologi baru.

3. Strategi pada Tingkat Fungsional

Strategi perusahaan pada bagian pemasarannya, khususnya di tingkat periklanan. Para manajer dalam bidang spesifik memutuskan cara terbaik memutuskan tujuan perusahaan dengan bekerja seproduktif mungkin.

4. Strategi Meningkatkan Produktivitas dan Kualitas :

- a. Menanamkan modal, inovasi dan teknologi, untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas, perusahaan harus berani menggunakan teknologi inovasi yang lebih baru.
- b. Menerapkan prospektifitas jangka panjang, perusahaan harus berorientasi pada kualitas memiliki komitmen dalam menerapkan prospektif jangka panjang untuk melakukan perbaikan kontinyu, yaitu komitmen yang terus-menerus dari perusahaan untuk memperbaiki produk dan prosesnya setahap demi setahap agar kepuasan konsumen terus meningkat.
- c. Menekankan mutu kerja, perusahaan dapat memotivasi karyawan agar produktivitasnya dan kualitas kerjanya lebih meningkat, maka perlu:
 1. Memberdayakan karyawan;
 2. Pemberian kekuasaan kepada karyawan;



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

3. Pelatihan karyawan;
- d. Memperbaiki sektor jasa, banyak cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam meningkatkan kualitas jasa.

Ada beberapa kriteria yang dinilai konsumen, antara lain sebagai berikut:

1. Keandalan (*realibility*), melaksanakan jasa seerti yang di janjikan, baik secara akurat maupun tepat waktu.
2. Jaminan (*assurance*), mempertahankan karyawan yang memiliki pengetahuan dan ketrampilan yang akan mendapatkan kepercayaan dan keyakinn dari pelanggan.
3. Cepat tanggap (*responiviness*), yaitu cepat merespons apa yang dibutuhkan pelanggan.
4. Berwujud (*tangibles*), yaitu menjaga penampilan yang menyenangkan dan bahan produksi serta fasilitas.

2. Promosi

Promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menginformasikan suatu informasi atau jasa dengan tujuan agar khalayak internal dan eksternal mengetahui informasi yang seharusnya diketahui oleh setiap khalayaknya. Promosi merupakan sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi adalah memperoleh perhatian, mendidik, meningkatkan dan meyakinkan calon pembeli.²⁵

Dalam dunia pariwisata, produk yang dihasilkan tentu berbeda dengan produk industri lainnya. Produk pariwisata berupa keindahan panorama alam dan keunikan kebudayaan, sedangkan produk industri misalnya industri tekstil produk yang dihasilkan berupa kain.

²⁵ Buchali Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: 2005), 176.



I Gde dan Diarta²⁶ menyebutkan bahwa pariwisata sebagai layanan atau jasa, pariwisata mempunyai beberapa dimensi yang sangat berbeda dengan dimensi produk umum yang kita temui di pasaran sehari-hari, yaitu :

a. Intangibility

Produk jasa/layanan berarti produk yang ditawarkan tidak berbentuk seperti barang nyata yang bisa kita temui dalam pengertian produk yang bisa dilihat dan dipajang di pasar, toko, tempat jualan lainnya. Konsekuensinya, produk yang intangible ini tidak bisa dievaluasi atau didemonstrasikan sebelum dipakai dan dibeli.

b. Perishability

Produk jasa/layanan pariwisata tidak seperti barang-barang pabrik, tidak dapat disimpan untuk di jual dikemudian hari. Contohnya, tempat tidur hotel atau kursi di pesawat terbang yang tidak jual dalam suatu periode tertentu yang sudah lewat tidak bisa dipergunakan lagi.

c. Inseparability

Produk jasa/pelayanan seperti pariwisata biasanya merupakan produk yang dibentuk dari berbagai bentuk produk pendukung yang terpisah-pisah. Misalnya, mulai dari tour dan travel, airlines, hotel, restoran dan sebagainya.

Promosi (*promotion*) merupakan bagian dari proses pemasaran yang termasuk salah satu aspek dalam bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran pada dasarnya merupakan koordinasi interaksi dari keempat komponen, yang sering disebut dengan 4p, yaitu produk (*product*), harga (*price*), lokasi distribusi (*place*) dan promosi (*promotion*).

David J. Rahman menyatakan gabungan keempat elemen ini biasa disebut bauran pemasaran (*marketing mix*), dengan penjelasan sebagai berikut:

a) *Product* ialah produk dalam bentuk barang atau jasa yang di produksi oleh suatu unit usaha yang diinginkan dipasarkan guna memenuhi kebutuhan pembeli.

b) *Place* ialah tempat yang digunakan untuk mendistribusikan atau dipajang (*display*) barang yang diproduksi untuk menarik perhatian pembeli.

²⁶ I Gde, Diarta, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, (Yogyakarta: Andi, 2009), 155.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c) *Price* ialah harga atau nilai terhadap barang atau jasa yang ditawarkan. Harga menentukan daya saing dalam pasar. Perlu diketahui bahwa harga memiliki segmen pasar tertentu misalnya sebuah produk yang berkualitas memiliki harga yang lebih tinggi dibanding dengan produk yang kurang baik kualitasnya.
- d) *Promotion* ialah yang dilakukan untuk menarik perhatian para pembeli melalui teknik-teknik berkomunikasi.

David J. Rahman menyatakan bahwa prinsip pemasaran komersial, yakni proses perencanaan dan penetapan harga, promosi dan penyebaran ide-ide, barang dan layanan jasa untuk menciptakan pertukaran guna memenuhi kepuasan individu dan tujuan organisasi. Dari empat elemen pemasaran tersebut, promosi adalah elemen yang memiliki keterkaitan dengan perencanaan komunikasi. Karena itu, sebuah produk yang ingin dipasarkan memerlukan promosi, sedangkan promosi memerlukan strategi, kiat-kiat atau teknik yang perlu disusun.

Dalam bauran promosi (*promotion mix*) dikenal dengan empat teknik promosi untuk pemasaran, yaitu:

- a. Iklan adalah cara promosi yang sering digunakan dalam pemasaran komersial, iklan dapat dilakukan oleh media, antara lain:
 - 1) Media elektronik (televisi, radio, bioskop, internet).
 - 2) Media cetak (surat kabar, majalah, buletin).
 - 3) Media luar ruangan (papan reklame, *elektronik board* dipasang di pinggir jalan yang bergerak secara elektronik, baliho, iklan pohon, spanduk, poster dan lain-lain).
- b. *Personal selling* adalah cara melakukan penjualan dengan menawarkan barang kepada orang lain secara langsung. Misalnya seorang *sales promotion girl* menghampiri calon konsumen untuk memperkenalkan produk yang dijualnya.
- c. Publikasi adalah cara pemasaran yang menggunakan media cetak, tetapi bentuknya tidak sama dengan iklan. Tujuannya tetap mengajak calon konsumen membeli produk yang dipasarkan. Misalnya, didalam surat kabar atau majalah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penawaran produk ditulis dalam bentuk artikel, *feature*, profil, *advetorial*. Bisa juga dilakukan dalam bentuk *leaflet*, brosur atau buku yang dicetak atau disebarluaskan kepada calon pembeli.

d. Pameran (*exhibition*) adalah cara untuk menjual produk melalui *event-event* tertentu. Pameran biasanya dilakukan pada waktu-waktu tertentu dan menawarkan barang-barang dengan *discount* antara 10 sampai 30 persen.

a. Mengembangkan Rencana Promosi

Promosi terdiri dari kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan. Ada beberapa langkah pengembangan sebuah rencana promosi. Langkah tersebut adalah sebagai berikut:

a) Memilih pemirsa (pendengar atau pembaca) yang dituju

Pemasaran pariwisata secara meluas melibatkan juga perantara atau perusahaan perantara yang beroperasi dalam saluran distribusi antara penghasil dan wisatawan. Kampanye promosi seringkali perlu ditunjukkan baik bagi wisatawan maupun bagi satu atau banyak perantara yang terlihat. Pengembangan atau pembangunan orientasi pemasaran melibatkan sasaran pesan agar bisa cocok dengan yang dibutuhkan dan diinginkan. Meskipun demikian, dalam pariwisata, penghasil, perantara, dan wisatawan itu sendiri mempunyai kebutuhan dan keinginan berbeda. Wisatawan berlibur untuk mencari kesenangan atau menghilangkan rasa tidak nyaman. Dapat dilihat bahwa, produk yang sama, kampanye promosi yang sama sekali berbeda diperlukan baik bagi wisatawan maupun agen perjalanan eceran yang menjualnya.

b) Menentukan Tujuan

Tujuan promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan mengingatkan. Tujuan-tujuan ini berperan dengan tahapan yang berbeda dalam proses pembelian yang dilakukan oleh wisatawan. Agar bisa membawa wisatawan membeli lagi dan lagi. Kampanye promosi yang sukses haruslah:²⁷

1) Menarik perhatian wisatawan.

²⁷ Mill, *Tourism The International Bussines*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000), 320.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Mengembangkan pemahaman tentang keuntungan paket wisatawan yang ditawarkan.
- 3) Menciptakan sikap dan positif tentang apa yang sedang dipromosikan.
- 4) Mengembangkan prefensi wisatawan untuk apa yang sedang dipromosikan.
- 5) Membuat wisatawan mau mengunjungi objek wisata.
- 6) Menjamin bahwa wisatawan bisa kembali dengan selamat.

c) Mengembangkan Pesan yang Cocok

Tema promosi berasal dari perbandingan analisa produk, pasar, dan kompetisi.

Analisis pasar akan menginformasikan satu diantaranya banyak hal, apa yang diinginkan oleh pasar, apa yang penting bagi orang-orang dalam pasar itu. Dengan memperhatikan faktor-faktor yang penting bagi wisatawan potensial dan membandingkan apa yang kita miliki dengan yang dimiliki pesaing kita, sebuah tema promosi dapat dikembangkan.

d) Memilih Media Promosi Campuran

Banyak metode apat digunakan agar pesan kita sampaikan. Metode yang paling banyak digunakan dalam dunia pariwisata adalah mengiklankan konsumen dan produsennya, menjual secara personal, publisitas atau humas, dan bahan-bahan promosi lainnya, seperti poster dan pajangan di etalase kantor. Masing-masing komponen itu mempunyai keunggulan dan kelemahan dalam artian biaya, ketepatan, dan kemampuan menyampaikan pesan.

e) Menentukan Anggaran

Pada tahapan rencana promosi adalah tepat sekali menentukan anggaran. Tujuan telah ditentukan, tema promosi ditetapkan, dan media promosi telah dipilih. Berdasarkan apa yang harus dilakukan dan bagaimana itu semua dilakukan, jumlah uang yang dibutuhkan dapat ditentukan.



b. Sasaran Promosi

Sasaran promosi merupakan orang-orang atau kelompok yang menjadi target komunikasi oleh suatu organisasi karena pihak tersebut dianggap memiliki pengaruh secara langsung maupun tidak langsung dalam pencapaian tujuan organisasi.

Menurut Onong, Uchjana Effendy menyebutkan bahwa sasaran promosi meliputi dua hal, yaitu:²⁸

a. Publik internal

Semua orang bekerja pada organisasi, beberapa diantaranya adalah pegawai dari tingkatan paling atas sampai tingkat rendah, para pemegang saham dan serikat kerja.

b. Publik eksternal

Orang-orang di luar organisasi yang ada kaitannya dengan kegiatan organisasi. Menurut pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa sasaran promosi yaitu terdiri dari publik *intern* dan publik *ekstern*. Sasaran adalah target kegiatan komunikasi timbal balik dengan penjual sehingga promosi harus dilakukan dengan baik terhadap sasaran promosi agar mereka merasa yakin akan produk yang ditawarkan tersebut.

B. Program Haji dan Umrah

1. Pengertian Program Haji dan Umrah

Program merupakan pernyataan yang berisi kesimpulan dari beberapa harapan atau tujuan yang saling bergantung dan saling terkait, untuk mencapai suatu sasaran yang sama. Biasanya suatu program mencakup seluruh kegiatan yang berada di bawah unit administrasi yang sama, atau sasaran-sasaran yang saling bergantung dan saling melengkapi, yang semuanya harus dilaksanakan secara bersamaan atau berurutan.²⁹

Program sering dikaitkan dengan perencanaan, persiapan, dan desain atau rancangan. Desain berasal dari bahasa Inggris yaitu dari kata *decine*. Jadi desain

²⁸ Onong Uchjana Effendy, *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), 10.

²⁹ Muhaimin, Suti'ah, dan Sugeng Listyo Prabowo, 2009, *Manajemen Pendidikan*, (Jakarta: Kencana), 349.



dalam perspektif pembelajaran adalah rencana pembelajaran.³⁰ Rencana pembelajaran disebut juga dengan program pembelajaran. Berbagai definisi tentang desain saling berbeda antara satu dengan yang lainnya misalnya, dalam kamus bahasa Indonesia disebutkan bahwa desain berarti kerangka, persiapan atau rancangan.

Menurut Harjanto mengemukakan bahwa desain ialah berkaitan dengan penentuan apa yang akan dilakukan.³¹ Desain/perencanaan merupakan gambaran beberapa kegiatan, siapa yang bertanggung jawab mengerjakannya dan faktor pendukung berupa dana dan waktu, semakin jelas pekerjaan pencapaiannya karena ada petunjuk pelaksanaan serta alat bantu yang mempermudah untuk melaksanakannya, semakin terarah suatu pekerjaan karena dalam perencanaan itu ada target yang menjadi sasaran pencapaian sekaligus barometer pencapaian serta persentase pencapaian kegiatan dalam waktu tertentu. Perencanaan dapat menjadi penentu keberhasilan serta menjadi bahan analisa terhadap kebenaran dan kinerja seseorang agar dapat diketahui ketepatan seseorang dan kelompok dalam bekerja.

Dalam bahasa Arab, haji berarti al-qashad, yaitu menyengaja atau menuju. Dalam istilah syarah, haji berarti menyengaja mengunjungi kabah untuk melakukan ibadah tertentu (thawaf, sa'i, waqaf di Arafah, dan lainnya). Haji termasuk ibadah yang telah dikenal pada syariat agama-agama terdahulu sebelum islam.³² Nabi Ibrahim dan Nabi Ismail membangun ka'bah sebagai rumah ibadah untuk menyembah Allah semata-mata dan menyeru manusia untuk berhaji ke bait Allah itu. Orang-orang mematuhi seruannya, datang dari berbagai penjuru dan mempelajari dasar-dasar agama tauhid yang mereka ajarkan.

Menurut para ulama haji berarti mengunjungi ka'bah untuk beribadah kepada Allah dengan rukun-rukun tertentu dan beberapa syarat tertentu serta beberapa kewajibannya dan mengerjakannya pada waktu tertentu.³³

³⁰ Mudasir, 2012, *Desain Pembelajaran*, (Indragiri Hulu : STAI Nurul Falah), 1.

³¹ Mardiahayati, 2012, *Desain Pembelajaran Berbasis Karakter*, (Pekanbaru: Al-Mujtahadah Press), 11.

³² Tafsir Ahmad, DR. 2009. *Materi Pendidikan PAI*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya)

³³ Rifa'i, Moh. 1978, *Ilmu Fiqih Islam Lengkap*, (Semarang: PT karna toha putra)



Ketika islam datang, sebagian besar agama di dunia ini telah dikenal di Arabia. Namun, masih tersisa sedikit kenangan tentang agama Ibrahim, terutama mengenai ibadah haji yang memang menonjol pada agama lama itu. Ibadah ini masih dilaksanakan, tetapi telah banyak bercampur dengan bid'ah dan khurafat. Setelah islam cukup kuat nabi melakukan haji wada' (terakhir) pada tahaun ke 10 H, bersama puluhan ribu umatnya. Dalam ibadah itu, beliau melakukan perombakan terhadap tata cara yang waktu itu di kenal dan mengembalikan segala syiar, ketentuan, dan adab-adabnya kepada bentuk semula sebagaimana yang berlaku di zaman Ibrahim dan Ismail. Umat yang turut berhaji memperhatikan dan mengikuti secara seksama contoh dan petunjuk yang beliau sampaikan dalam pelaksanaan haji. Kemudian praktik nabi ini dijadikan pedoman dalam setiap pelaksanaan ibadah haji selanjutnya.

Haji termasuk rukun islam yang diwajibkan satu kali seumur hidup, berdasarkan Surah Ali-imran ayat 97:

وَلِلّٰهِ عَلَى النَّاسِ حُجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ اِلَيْهِ سَبِيْلًا

Artinya: “Mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah”.³⁴

Dan juga di tegaskan dalam Surah Al-Hajj 27:

وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالًا وَعَلَى كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ

Artinya: “Dan berserulah kepada manusia untuk mengerjakan haji, niscaya mereka akan datang kepadamu dengan berjalan kaki, dan mengendarai unta yang kurus yang datang dari segenap penjuru yang jauh, ”.³⁵

2. Pelaksanaan Program Haji dan Umrah

³⁴ (QS: Ali-Imran), 97.

³⁵ (QS: Al-Hajj), 27.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam pelaksanaan Program haji, terdapat tiga macam pekerjaan, yaitu fardu, wajib, dan sunat. Fardu haji berbeda dengan wajib haji. Jika pekerjaan yang fardu dalam haji tidak dikerjakan, maka hajinya tidak sah, sedangkan jika wajib haji ditinggalkan, ia dapat diganti dengan *dam*.

Rukun (fardu) haji ada enam, yaitu ihram, wakuf, thawaf, sa'i, bercukur, dan tartitib. Sedangkan wajib haji ada lima, yaitu melakukan ihram dari miqat, melempar jumrah, bermalam di mina, twawaf wada, dan menghindari segala yang di haramkan dalam ihram. Adapun sunnat haji, diantaranya melakukan haji ifrat talbiyyah, thawaf qudum (pembuka), bermalam di muzdalifa, dan salat thawaf dua rakaat.

a. Ihram

Ihram adalah berniat untuk melakukan haji. Melakukan ihram dari miqat merupakan salah satu dari wajib haji. Miqat itu ada dua macam, yaitu miqat zamani dan miqat makani. Miqat zamani ibadah haji yaitu bulan syawwal, zulkaidah, dan sepuluh hari dari zulhijjah. Ihram untuk ibadah haji tidak sah dilakukan kecuali pada bulan-bulan ini. Sedangkan miqat makani adalah tempat-tempat yang ditentukan untuk melakukan ihram, menurut daerah asal atau arah datangnya dalam perjalanan ke mekkah.

Dalam setiap melakukan ihram, ada beberapa hal yang sunnat dilakukan, yaitu madi, menanggalkan pakaian berjahit yang sedang dipakai, memakai sarung, selendang dan sandal, memakai wangi-wangian pada tubuhnya, melakukan shalat dua rakaat dan lain-lain. Setelah melakukan itu, barulah ihram dengan berniat melakukan haji. Dan ada beberapa hal yang haram dilakukan dalam berihram, orang yang melanggarnya dikenakan bayar fidyah.

b. Thawaf

Thawaf (mengelilingi kabah) yang menjadi rukun haji adalah thawaf ifadah. Ulama telah bersepakat (ijima) bahwa itulah yang dimaksudkan dalam ayat dari al-hajj: *"Dan hendaklah mereka melakukan thawaf di sekeliling rumah tua (kabah)."*

Selain thawaf ifadah yang menjadi rukun haji ini, ada juga thawaf qudum (pembuka) dan thawaf wada' (penutup), yang diwajibkan ketika hendak meninggalkan kota suci. Thawaf ini dilakukan tujuh kali putaran dengan persyaratan:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

1. Menutup aurat.
2. Suci dari hadas dan najis, baik dari badan, pakian maupun tempat.
3. Menempatkan bait Allah di sebelah kirinya.
4. Di mulai dari hajar aswad; artinya pada awal thawaf itu badan berada setengah hajar aswad.
5. Dilakukan didalam masjid tetapi diluar bait Allah.

c. Sa'i

Sa'i (berlari-lari kecil) antara safa dan marwah termasuk rukun haji. Rasullulah juga melakukan sa'i. beliau pernah bersabda, *"ber-sa'i lah kamu. Sesungguhnya Allah ta'ala telah mewajibkan sa'i atas kamu."*

Dalam sa'i harus di perhatikan ketentuan-ketentuan berikut."

1. Sa'i mesti dikerjakan setelah melakukan thawaf, sebagai-mana yang di contohkan Nabi.
2. Tartib, dimulai shafa. Jabir meriwayatkan bahwa Nabi bersabda, *"kita mulai dari tempat yang Allah mulai dengan- Nya, dan beliau mulai dari shafa hingga selesai dari sa'inya di marwa."*
3. Sa'i mesti dilakukan tujuh kali dengan ketentuan bahwa perjalanan dari safa ke marwah di hitung satu kali, dan berikutnya dari marwah ke safa pun demikian.

d. Wuquf

Wuquf (tinggal di Arafah), menurut kesepakatan (ijma), termasuk rukun haji, karena ada sabda nabi: *"Haji itu waquf di Arafah."* Pelaksanaan waquf bagi orang yang sedang melaksanakan ibadah haji, walaupun sebentar, dan berada di Arafah pada waktu antara tergelincir matahari pada hari Arafah sampai terbit fajar pada hari idul Adha.

Untuk pelaksanaan haji, disunatkan melakukan mandi, berwukuf di tempat wuquf Nabi (jabal Rahman), menghadap ke kiblat, banyak berdoa untuk dirinya,



orangtunya, dan dan sebagainya –misalnya’*La ilaha illa Allah wahdah la syarika lah-* mengangkat tangan ketika berdoa dan berwuquf sejak tergelincir matahari samapi terbenamnya sebagaimana dilakukan nabi.

e. Bermalam di Muzdalifah

Allah berfirman: “*Apabila kamu telah bertolak dari arafah, berzikirlah kepada Allah di masy’aril Haram. Dan berzikirlah sebagiman yang di tunjukkan-Nya kepadamu. Sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat.*”

Dalam ayat di atas, yang dimaksud masy’aril haram adalah muzdalifah yang di sebut dengan jam; para ulamam berpendapat tentang hukum permalaman di Muzdalifah. Al- Auza’i dan beberapa ulama tabi’in memasukkan sebagai fardu haji, sehingga jika di abaikan akan mewajibkan qadha pada tahun beriktnya. Mayoritas ulama (jumhur) mengatakan bahwa bermalam di muzdalifa itu wajib; jika di tinggalkan, mengharuskan bayar dam. Namun, ada pendapat yang mengatkan bahwa itu hanya sunnah saja.

Ketika berada di muzdalifah, disunatkan pula mengambil batu-batu untuk digunakan melempar jumrah pada hari sesudahnya.

a. Melempar jumrah

Melempar jumrah termasuk wajib haji. Pada hari nahr (10 Zulhijjah), di mina, dilakukan melempar jumrah ‘Aqabah saja dengan tujuh batu. Sebaliknya, pekerjaan ini dilakukan setelah terbit matahari. Bahkan, Abu hanifah, malik, dan ahmad mengatakan tidak di benarkan melempar sebelumnya. Jabir mengatakan: “Rasulullah melempar jumrah pada hari nahr pada waktu duha, sedangkan jumrah yang sesudahnya setelah tergelincir matahari.”

Setiap kali melempar disunatkan mengucakan takbir, setelah selesai melempar tujuh batu pada jumrah pertama, di sunatkan pula berhenti beberapa waktu untuk berdoa. Demikian pula dilakukan pada jumrah kedua.

b. Bercukur

Mayoritas ulama (jumhur) telah sepakat bahwa bercukur (al-halq) atau memotong rambut (al-taqsir) termasuk bagian ibadah haji, bahkan termasuk ssalah



satu rukunya menurut pendapat yang kuat dalam mazhab syafi'i. walaupun hanya dengan memendekkan rambut, jkewajiban itu telah di penuhi. Namun, mencukurnya lebih baik sebagaimana yang dicontohkan Nabi. Ketentuan ini berlaku bagi laki-laki; wanita hanya dituntut memotong rambut mereka, tidak dibenarkan bercukur.

c. Tahallul

Larangan-larangan yang tidak boleh dilakukan selama berihram, menjadi halal kembali setelah melakukan tahallul. Tahallul ada dua tahap. Pertama, dengan melakukan dua dari tiga perbuatan : melempar jumrah pada hari nahar, bercukur atau memotong rambut dan tahawaf yang di iringin dengan sa'i bila belum sa'i sebelumnya. Dengan melakukan dua dari tiga hal ini, perbuatan perbuatan perbuatan yang dilarang selama ihram itu-seperti mengenakan pakaian berjahit, menutupkepala atau muka, bercukur atau memotong rambut, memotong kuku, memakai wangi-wangian, dan berburu di halalkan. Namun, nikah dan jima' belum boleh dilakukan, sebab dalam hadis dinyatakan : *"Apabila kamu telah melempar jumrah, maka halalallah bagimu semuanya, kecuali wanita."*

Nikah dan jima' baru halal kembali setelah tahallul tahap kedua, yaitu melakukan pekerjaan yang ketiga yang belum dilakukan pada tahallul pertama. Setelah melakukan tahallul, ia masi wajib melanjutkan pekerjaan hajinya yang belum selesai, yaitu melempar jumrah dan bermalam di mina pada hari-hari tasyriq.

d. Bermalam di mina

Dalam sebua hadis dijelaskan bahwa Nabi bermalam di mina selama hari=hari tasyriq. "dari Aisyah; ia menyarankan bahwa rasulullah melakukan ifadah, kemudian kembali kemina dan tiggal di sana selama tiga hari tasyriq. " berdasarkan hadis ini, para ulama mengatakan bahwa bermalam dimini termasuk wajib haji. Menurut malik, setiap pelnggaran satu malam dikenakan kewajiban dam. Menurut syafi'i, setiap pelanggaran satu malam dikenakan sepertiga dam. Dam ini hanya berlaku bagi mereka yang tidak bermalam tampaa uzur. Orang-orang yang mempunyai alas an, seperti para petugas siqayah (pengembala unta), tidak dikenai dam.

e. Tartib

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Sebagian ulama mengatakan bahwa tartib termasuk syarat dalam pelaksanaan haji, tetapi sebagaimana lainnya memandangnya sebagai rukun. Dalam hal ini tartib berarti melakukan rukun-rukun haji sesuai dengan urutan yang semestinya. Kebutuhan tartib ini didasarkan atas kewajiban mengikuti contoh Nabi seperti dalam sabdanya: Ambillah (cara pelaksanaan) ibadah haji kamu dariku.”

f. Fawat dan ihsar

Bila seorang yang telah ihram tidak melakukan wukuf sampai terbitnya fajar pada hari nahar, maka hajinya batal; ia mesti bertahallul dengan melakukan pekerjaan-pekerjaan umrah saja, thawaf, sa’i dan bercukur serta wajib mengqadha pada kesempatan berikutnya. Selain wajib mengqadha ia juga diwajibkan menyembelih binatang korban (al-hady).

3. Tujuan Program Haji dan Umrah

Setiap kegiatan yang dilakukan oleh seseorang tidak terlepas dari berbagai tujuan yang mendorong atau memotivasi seseorang tersebut melakukan serangkaian yang disebut sebagai sebuah kegiatan. Tujuannya adalah untuk mencapai suatu sasaran atau hasil akhir yang ingin dicapai oleh suatu organisasi di masa depan.³⁶ Tanpa tujuan seseorang tidak akan berbuat sesuatu, itulah sebabnya adanya tujuan agar dapat menjadi pendorong dalam apa yang ingin dicapai oleh suatu organisasi perusahaan.

Dikemukakan oleh Suharsimi Arikunto yaitu, tujuan program merupakan suatu yang pokok dan harus dijadikan pusat perhatian oleh evaluator. Jika suatu program memiliki tujuan yang tidak bermanfaat, maka program tersebut tidak perlu dilaksanakan. Tujuan program dibagi menjadi dua bagian yaitu, tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum biasanya menunjukkan output dari program jangka panjang, sedangkan tujuan khusus outputnya program jangka pendek.

C. Kajian Terdahulu

³⁶ Indo Yama Nasarudin, Hemmy Fauzan, *Pengantar Bisnis dan Manajemen*, (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2006), 171-172.

Untuk membandingkan penelitian ini dengan penelitian yang lain, maka perlu dilihat penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan. Adapun penelitian yang hampir mirip dan sama dengan penelitian ini adalah:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Yuanitha Octaviani (2012) yang berjudul “Strategi promosi Pariwisata Kota Pekanbaru”.³⁷ Tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui strategi Humas dalam mempromosikan pariwisata Kota Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yakni menggambarkan dan menjelaskan permasalahan yang diteliti dalam bentuk kalimat bukan dalam bentuk angka-angka. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian yang diperoleh adalah strategi yang dilakukan oleh Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru yaitu mengkomunikasikan program-program serta kebijakan melalui media baik media massa maupun nonmassa. Program-program yang telah disusun sejauh ini berjalan dengan lancar meskipun program dan strateginya yang dilakukan sederhana namun mendapat respon positif dari masyarakat Pekanbaru maupun Investor. Perbedaan dengan penelitian peneliti yaitu lebih ke strateginya dalam mempromosikan dan program dari haji dan umrah tersebut ke masyarakat Pekanbaru. Metode yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif dan pengumpulan datanya juga sama dengan kajian terdahulu diatas.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Risalatul Azizah (2014) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Jamaah Umroh kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Hasuna Tour Yogyakarta Periode Maret 2014)”³⁸. Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini meliputi observasi, dokumentasi, pengisian kuesioner. Berdasarkan hasil penelitian ini, bahwa kualitas

³⁷ Yuanitha Octaviani, *Strategi Promosi Pariwisata Kota Pekanbaru* (Pekanbaru: FISIP UR, 2012), 88.

³⁸ Risalatul Azizah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. (Studi pada Jamaah Umroh kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Hasuna Tour Yogyakarta), (Yogyakarta, 2012).



pelayanan mempunyai sumbangan efektif terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil sebesar 70,4% yang didapatkan dari pengujian koefisien determinasi r^2 , dan dari data yang didapatkan pada penelitian ini bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan di KBIH Hasuna Tour Yogyakarta. Perbedaan dengan penelitian diatas dengan penelitian penulis yaitu melihat dari segi strategi dari travel Aulia Tour and Travel haji dan umrah dalam mempromosikan dan juga segi programannya terhadap jamaah haji dan umrah.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Revi Rahadian (2016) yang berjudul “Analisis Tingkat Kepuasan Jamaah Umroh Terhadap Pelayanan Prima di PT. Manajemen Mihrab Qolbi Jakarta Selatan”.³⁹ Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil menyebarkan kuesioner kepada jamaah Umroh Mihrab Qolbi Travel. Sedangkan, data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, makalah dan internet. Hasil dari Penelitian ini adalah tingkat kepuasan secara keseluruhan terhadap atribut pelayanan prima yang diberikan Mihrab Qolbi Travel sudah sangat baik, terlihat dari indeks kepuasan nasabah berada dalam rentang nilai 0,71-0,85 yang berarti (puas terhadap kinerja yang dilakukan Mihrab Qolbi Travel). Perbedaan penelitian diatas dengan penelitian penulis yaitu lebih ke strategi dan bukan dari segi tingkat kepuasan para jamaah tersebut dan juga dilihat dari segi mempromosikan program haji dan umrah kepada masyarakat (haji dan umrah).
4. Penelitian yang dilakukan oleh Aulia Hayu Nityasari (2013) yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Jamaah Umroh Tahun 2010-2012 (Studi Kasus pada PT Fatimah Zahra Semarang)”.⁴⁰ Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara langsung dengan manajer PT Fatimah

³⁹ Revi Rahadian, *Analisis Tingkat Kepuasan Jamaah Umroh Terhadap Pelayanan Prima di PT. Manajemen Mihrab Qolbi Jakarta Selatan*. (Jakarta Selatan, 2006).

⁴⁰ Aulia Hayu Nityasari, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penggunaan Jasa Jamaah Umrah*. (Semarang, 2013).



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Zahra Semarang untuk mendapatkan informasi mengenai data-data penunjang penelitian, seperti data jumlah jamaah umroh setiap bulannya, data mengenai fasilitas-fasilitas apa saja yang diberikan oleh PT Fatimah Zahra Semarang, serta gambaran umum perusahaan. Selain itu juga menggunakan kuesioner yang disebar kepada para jamaah umroh PT Fatimah Zahra Semarang untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang mewakili pendapat responden terhadap PT Fatimah Zahra Semarang. Hasil penelitian ini, bahwa penelitian ini memiliki pengaruh positif dan signifikan paling besar dalam membentuk kepuasan konsumen. Perbedaan dengan penelitian diatas dengan penulis yaitu penelitian diatas lebih ke pengaruh kualitas pelayanan terhadap pelayan jamaah umrah akan tetapi, penulis disini memilih ke strateginya dalam promosi program haji dan umrah ke masyarakat (jamaah).

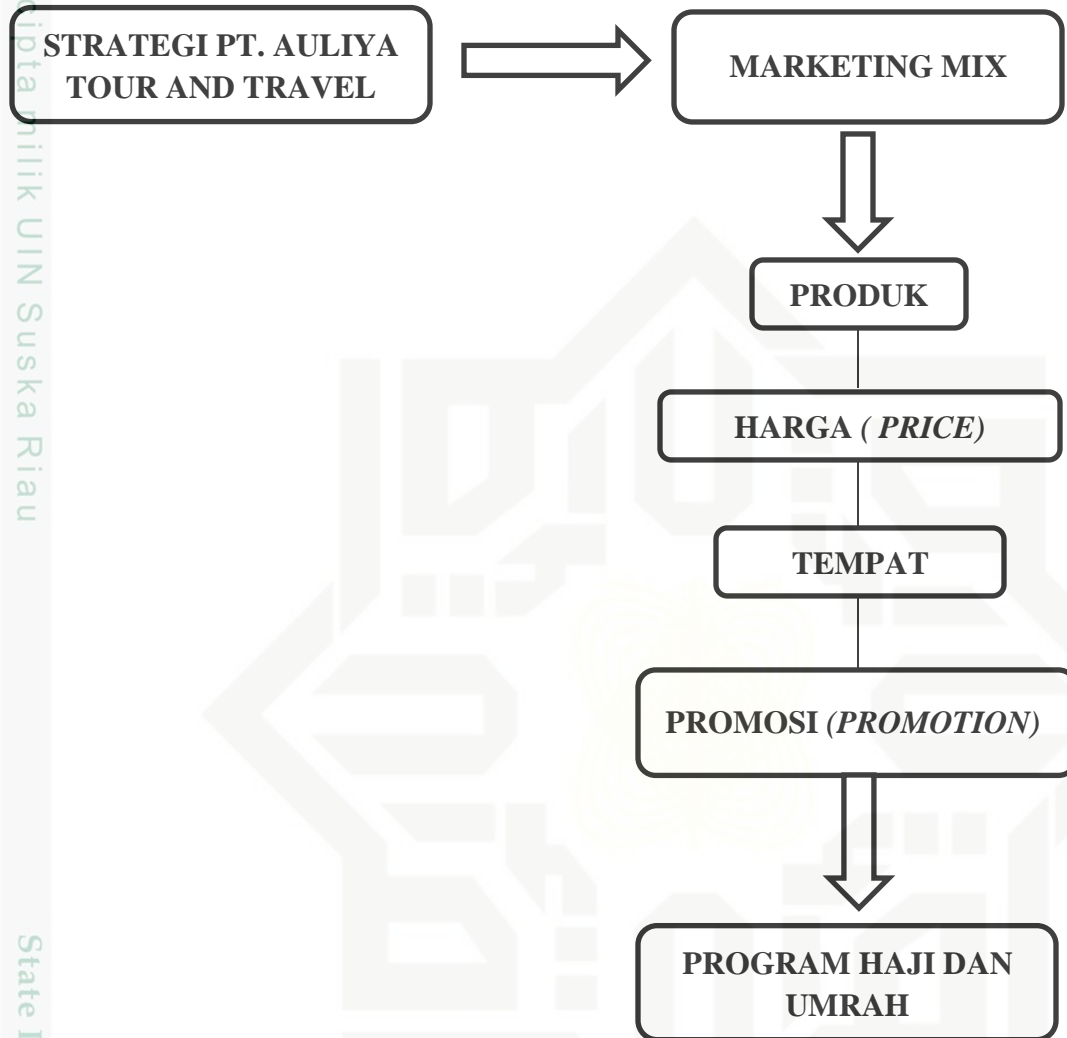
D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir menjelaskan tentang variabel yang dijadikan tolak ukur penelitian yang disesuaikan dengan rumusan masalah. Berdasarkan masalah yang diangkat dalam penelitian ini yaitu Strategi PT. Auliya Tour and Travel dalam Mempromosikan Program Haji dan Umrah kepada Masyarakat. PT. Auliya Tour and Travel merupakan sebagai pelaksana yang tugasnya bertanggung jawab dalam bidang haji dan umrah di PT. Auliya Tour and Travel itu.

Dari permasalahan yang ada diatas PT. Auliya Tour and Travel perlu melakukan strategi untuk mempromosikan haji dan umrah tersebut yang bertujuan untuk meningkatkan program haji dan umrah terhadap masyarakat.

Dalam kerangka pikir ini dijelaskan Strategi PT. Auliya Tour and Travel dalam Mempromosikan Program Haji dan Umrah tersebut kepada masyarakat bertujuan untuk melihat standar operasional permasalahan di lapangan. Dari penjelasan diatas maka bisa digambarkan dalam sebuah bagan seperti berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pikir



Berikut penjelasan dari bagan diatas yaitu:

Dalam Strategi PT. Auliya Tour and Travel dalam Mempromosikan Program Haji dan Umrah Kepada Masyarakat, peneliti akan memaparkan penjelsannya sebagai berikut:

Dalam bauran promosi (*promotion mix*) dikenal dengan empat teknik promosi untuk pemasaran, yaitu:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

a. Iklan adalah cara promosi yang sering digunakan dalam pemasaran komersial, iklan dapat dilakukan oleh media, antara lain:

- 1) Media elektronik (televisi, radio, bioskop, internet).
- 2) Media cetak (surat kabar, majalah, buletin).
- 3) Media luar ruangan (papan reklame, *elektronik board* dipasang di pinggir jalan yang bergerak secara elektronik, baliho, iklan pohon, spanduk, poster dan lain-lain).

b. *Personal selling* adalah cara melakukan penjualan dengan menawarkan barang kepada orang lain secara langsung. Misalnya seorang *sales promotion girl* menghampiri calon konsumen untuk memperkenalkan produk yang dijualnya.

c. Publikasi adalah cara pemasaran yang menggunakan media cetak, tetapi bentuknya tidak sama dengan iklan. Tujuannya tetap mengajak calon konsumen membeli produk yang dipasarkan. Misalnya, didalam surat kabar atau majalah penawaran produk ditulis dalam bentuk artikel, *feature*, profil, *advetorial*. Bisa juga dilakukan dalam bentuk *leaflet*, brosur atau buku yang dicetak atau disebarluaskan kepada calon pembeli.

d. Pameran (*exhibition*) adalah cara untuk menjual produk melalui *event-event* tertentu. Pameran biasanya dilakukan pada waktu-waktu tertentu dan menawarkan barang-barang dengan *discount* antara 10 sampai 30 persen.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Adapun dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan induktif. Menurut Sugiyono bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna generalisasi.

Menurut Sugiyono metode penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menggabungkan antara variabel satu dengan yang lain.

Metode deskriptif dapat disimpulkan sebagai sebuah metode yang bertujuan untuk melukiskan atau menggambarkan keadaan dilapangan secara sistematis dengan fakta-fakta dengan interpretasi yang tepat dan data yang selanjutnya berhubungan, serta mencari kebenaran mutlak tetapi pada hakekatnya mencari pemahaman observasi.

Adapun dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan induktif. Menurut pandangan Erliana Hasan “pendekatan induktif dimulai dari fakta di lapangan, dianalisis, dibuat pertanyaan kemudian dihubungkan dengan teori, dalil, hukum, yang sesuai kemudian pernyataan hingga kesimpulan. Hal ini menggambarkan bahwa pendekatan induktif merupakan pendekatan yang berangkat dari fakta yang terjadi di lapangan selanjutnya peneliti menganalisis fakta yang ditemukan, membuat pertanyaan dan dikaitkan dengan teori, dalil, hukum yang sesuai dan ditarik kesimpulan.

Berdasarkan penjelasan dari definisi diatas, maka dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif penelitian dapat mengetahui Strategi PT. Auliya Tour and Travel dalam Mempromosikan Program Haji dan Umrah kepada Masyarakat.



B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di kantor PT. Auliya Tour and Travel yang beralamat di Jalan Taman Karya, Kecamatan Tampan, Pekanbaru, Provinsi Riau. Sedangkan, waktu penelitian, penelitian ini akan dilaksanakan setelah usulan penelitian ini diseminarkan.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek adalah “pelaku atau orang yang melakukan kegiatan”.⁴¹ Subjek dalam penelitian ini adalah “Jamaah (masyarakat)”. Adapun Objek adalah “sesuatu yang menjadi sasaran untuk diteliti”. Sedangkan yang menjadi objek penelitian ini adalah “Strategi Program Haji dan Umrah ”.

D. Sumber Data

Dalam penelitian ini ada banyak sumber data yang bisa digunakan, namun tidak semua dapat difokuskan sebagai sumber data, adapun sumber data dikelompokkan atas dua bagian, sebagai berikut:

1. Sumber Data Primer

Data primer adalah semua data yang diperoleh langsung dilokasi penelitian berupa hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Dengan demikian, data dan informasi yang diperoleh adalah data yang validasinya dapat dipertanggung jawabkan. Penelitian ini tidak menggunakan populasi namun demikian penulis menggunakan istilah *social simulation* atau situasi sosial sebagai objek penelitian yang terdiri dari 3 elemen, yaitu tempat (*place*), pelaku (*actor*) dan aktifitas (*activity*), yang berinteraksi secara strategi.⁴² Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, yaitu data yang dapat menggambarkan secara jelas

⁴¹ Eko Hadi Wiyono. *Kamus Bahasa Indonesia Lengkap*, (Jakarta: Palanta, 2007), 582.

⁴² Sugiono, *Metodologi Penelitian Pendidikan; Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Cet.VI; Bandung: Alfabeta, 2008), 297.



dan informasi langsung terjun ke lapangan dengan teknik wawancara dan observasi langsung terkait dengan judul skripsi.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data pelengkap atau data tambahan yang melengkapi data yang sudah ada sebelumnya agar dapat membuat pembaca semakin paham akan maksud penulis, seperti sumber referensi dari buku-buku dan situs internet yang terkait dengan judul skripsi. Fungsi data yang berasal dari dokumentasi lebih banyak digunakan sebagai data pendukung dan pelengkap bagi data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam.

E. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang atau pelaku yang benar-benar tahu dan menguasai masalah, serta terlibat langsung dengan masalah penelitian. Penelitian tentang Strategi PT. Auliya Tour and Travel dalam Mempromosikan Program Haji dan Umrah kepada Masyarakat, Menggunakan informan penelitian dari populasi yang ada, yaitu:

1. Informan kunci yaitu orang yang sangat memahami permasalahan yang diteliti. Adapun yang dimaksud sebagai informan kunci dalam penelitian ini adalah Direktur PT. Auliya Tour And Travel: H. Ikhwan Rambe LC.
2. Informan pendukung yaitu orang yang dianggap mengetahui permasalahan yang diteliti yaitu (Bagian Pemasaran) : Riau Risman, S.T

F. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis lakukan yaitu dengan melakukan:

1. Observasi, Observasi menurut Wina Sanjaya adalah Teknik pengumpulan data dengan cara mengamati langsung setiap kejadian yang sedang berlangsung dan mencatatnya dengan alat observasi tentang hal-hal yang akan diamati dan



diteliti.⁴³ Teknik observasi yang akan dilakukan ialah observasi langsung dan tidak langsung. Maksud observasi langsung adalah pengamatan yang melibatkan peneliti berada di lapangan yang menjadi sasaran penelitian untuk mengamati objek penelitian. Sedangkan observasi tidak langsung adalah pengamatan yang menggunakan media tanpa harus berada di lapangan.

2. Wawancara atau *interview* adalah metode pengumpulan data untuk mendapatkan keterangan lisan melalui tanya jawab kepada orang yang dapat memberikan keterangan. Teknik wawancara dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara terstruktur, yaitu proses wawancara yang dilakukan secara terencana. Dalam hal ini, peneliti terlebih dahulu menyiapkan pedoman wawancara sebagai panduan dalam mewawancarai informan. Teknik ini memberikan data sekunder dan data primer yang akan mendukung penelitian.
3. Dokumentasi, Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, agenda dan sebagainya.⁴⁴ Dokumentasi adalah pengumpulan data dengan cara melakukan analisis terhadap dokumen-dokumen yang berisi data yang menunjang penelitian tentang Strategi PT. Auliya Tour and Travel dalam Mempromosikan Program Haji dan Umrah kepada Masyarakat.

G. Validasi Data

Data yang sudah terkumpul merupakan modal awal yang sangat berharga dalam sebuah penelitian, dari data yang terkumpul akan dilakukan analisis yang selanjutnya dipakai sebagai bahan masukan untuk penarikan kesimpulan. Melihat begitu besarnya posisi data, maka keabsahan data yang terkumpul menjadi sangat vital. Data yang salah akan menghasilkan penarikan kesimpulan yang salah pula demikian pula sebaliknya, data yang sah akan menghasilkan kesimpulan hasil penelitian yang benar. Keabsahan data itu dikenal sebagai validasi data.

⁴³ Wina Sanjaya, *Penelitian Tindakan Kelas*, (Jakarta: Kencana, 2009), 86.

⁴⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), 231.

H. Teknik Analisis Data

Proses pengolahan data dimulai dengan mengelompokkan data yang telah diperoleh dari penelitian di lapangan, yaitu dari hasil observasi yang sudah dituliskan dalam bentuk catatan lapangan, hasil wawancara, serta dokumentasi berupa buku, gambar, foto, dan sebagainya untuk diklasifikasikan dan dianalisis dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber. Proses analisis data ditempuh yaitu melalui proses reduksi data, sajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Mereduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabsahan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan yang muncul di lapangan. Data-data tersebut dipisahkan sesuai dengan permasalahan yang dimunculkan, kemudian dideskripsikan, diasumsi, serta disajikan dalam bentuk rupa sehingga kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi.⁴⁵

Dalam membahas tentang analisis data dalam penelitian kualitatif, para peneliti memiliki pendapat yang berbeda. Huberman dan Miles mengajukan model analisis data yang disebutnya sebagai model interaktif. Model interaktif ini terdiri dari tiga hal utama⁴⁶, yaitu sebagai berikut:

1) Reduksi data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, penyederhanaan, dan pengabstraksian, serta proses penstrukturan data-data kasar yang di dapat dari catatan-catatan tertulis di lokasi penelitian yang dalam hal ini yaitu PT. Auliya Tour And Travel.

Reduksi data dilakukan dengan cara membuat ringkasan, membuat kode-kode yang diperlukan (mengkode), menelusuri tema, dan membuat gugus-gugus yang selanjutnya dilakukan penelitian lapangan sampai penyusunan akhir laporan.

2) Penyajian Data

⁴⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2006), 15.

⁴⁶ Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif Edisi Ke-2*, (Yogyakarta: Penerbit Erlangga, 2009), 148.



Penyajian data adalah penyampaian informasi berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari informan, catatan pengamatan pada waktu mengamati. Penyajian data dalam penelitian ini disuguhkan dalam bentuk deskripsi-narasi tentang Strategi PT. Auliya Tour And Tarvel dalam Mempromosikan Program Haji dan Umrah kepada Masyarakat.

3) Penarikan Kesimpulan Verifikasi

Verifikasi merupakan langkah peninjauan ulang terhadap catatan-catatan lapangan dengan cara menelaah kembali dan dengan bertukar pikiran, untuk mengembangkan kesepakatan inter subjektif atau upaya yang luas untuk menetapkan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain. Atau dengan kata lain, verifikasi merupakan usaha memunculkan makna-makna dari data yang harus diuji kebenarannya, kekokohan, dan kecocokannya dengan validitas penelitian.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis data deskriptif, deskriptif merupakan gambaran atau melukiskan objek-objek permasalahan berdasarkan fakta, secara sistematis, memberi analisis secara cermat, kritis, dan mendalam terhadap objek kajian dengan mempertimbangkan kemaslahatan.⁴⁷ Sehingga diharapkan dengan metode ini penulis dapat mendiskripsikan Strategi PT. Auliya Tour and Travel dalam Mempromosikan Program Haji dan Umrah kepada masyarakat (Jama'ah).

⁴⁷ Nawawi Hadrawi, *Metodologi Penelitian Bidang Sosial*, (Semarang: Gaja Mada University, 1999), 30.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah PT Auliya Tour & Travel Pekanbaru

PT. Auliya Perkasa Abadi atau yang lebih dikenal dengan Auliya Tour And Travel didirikan pada hari Ahad / Minggu tanggal 01 April 2012 oleh H. Ikhwani Bangun Rambe LC, MA adalah perusahaan yang bergerak dibidang Haji dan Umrah. Sejak awal berdirinya perusahaan hingga kini tahun 2015, Alhamdulillah perusahaan ini telah dapat memberangkatkan lebih kurang 1.500 orang jamaah yang terdiri 80 persen penduduk Asahan, dan selebihnya dari Kabupaten / Kota sekitar bahkan ada yang dari provinsi luar Sumatera dan Ibukota Negara (Jakarta).

Ini berarti eksistensi perusahaan ini sudah banyak dipercaya oleh masyarakat, walaupun masih ada kekurangan didalam penyelenggaraannya. Namun dengan dengarnya masukan, kritikan yang membangun dari masyarakat terutama, agar dapat berbuat baik dimasa yang akan datang.

Sebagai perusahaan yang baru berkembang, namun perusahaan ini dikelola oleh orang-orang yang berkompeten dibidangnya. Mulai dari pendaftaran hingga bagian pemberangkatan dan pemulangan jamaah seperti perusahaan yang telah eksis terlebih dahulu dari perusahaan ini. Sehingga kenyamanan dan keamanan dari pelayanan yang dirasakan oleh para tamu Allah.

PT. Auliya Perkasa Abadi memiliki motto “ Peduli dan Amanah “. Yang diartikan Peduli atas segala kebutuhan jamaah, mulai awal pendaftaran, informasi, keterangan paket bahkan hingga keperluan yang kecil sewaktu di Tanah Haram tetap akan dilayani dengan sebaik-baiknya. Sedangkan Amanah disini adalah setiap informasi yang telah disampaikan mulai paket, jarak, hotel, dan keperluan akomodasi lainnya disampaikan saat awal pendaftaran.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perusahaan ini juga dapat melayani menasik haji dan umrah untuk umum (diluar pendaftaran Haji dan Umrah pada Auliya Tour and Travel).

B. Profil PT Auliya Tour & Travel Pekanbaru

PT. Auliya Tour and Travel adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa biro perjalanan travel haji, umrah, wisata. PT. Auliya Tour and Travel ini telah memperoleh izin SK Kementerian Agama RI No. 454 sejak Tahun 2017. Adapun paparan tentang profil dari PT. Auliya Tour and Travel Pekanbaru yaitu :

Nama Perusahaan	: PT. Auliya Tour And Travel
Berdiri	: 01 April 2012
Pemilik	: H. Ikhwan Bangun Rambe LC, MA
Izin Umrah	: SK KEMENAG RI NO. 454 Tahun 2017
Sekretariat	: Jl. Taman Karya No. 35 Panam (Pekanbaru)
Kecamatan	: Tampan
Kota	: Pekanbaru
Provinsi	: Riau
Website	: www.aulyatravel.com
Facebook	: AULIYA UMRAH RIAU
Whatsapp	: 085356272664
Motto	: Peduli dan Amanah

C. Visi Misi PT Auliya Tour & Travel Pekanbaru



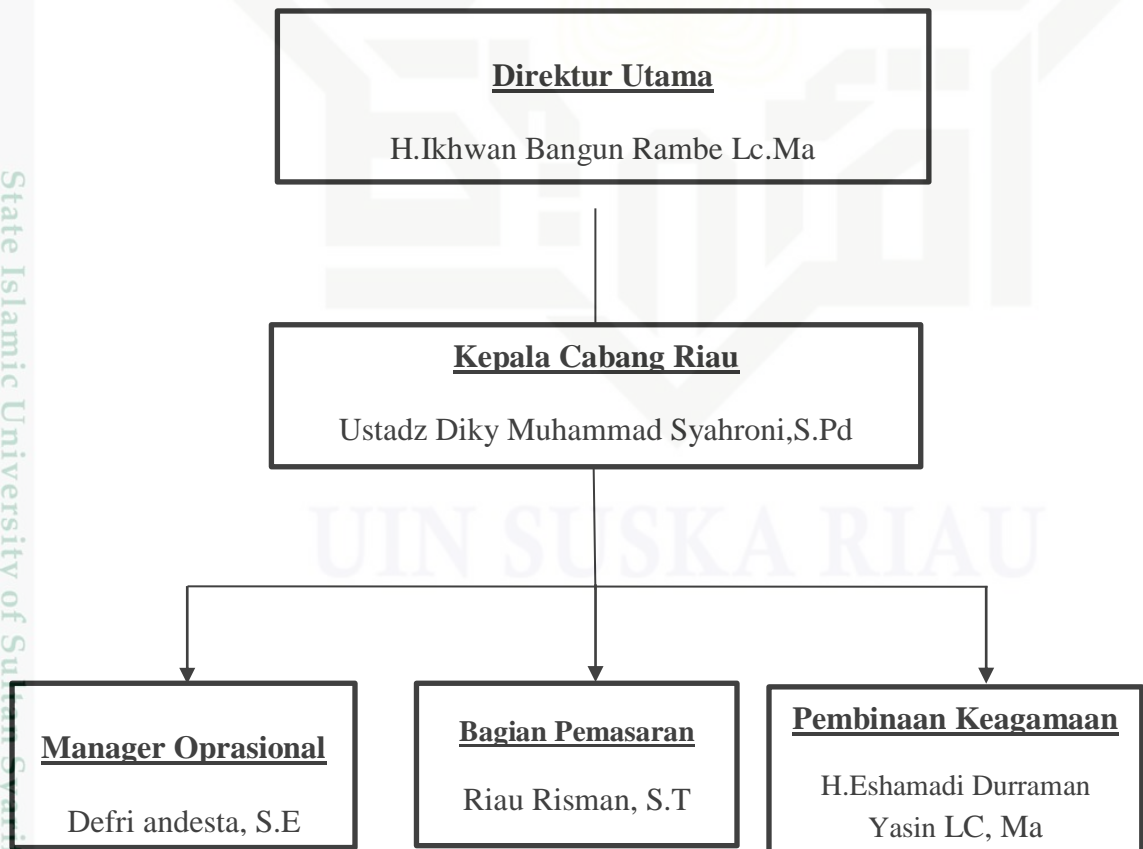
Dalam hal pencapaian suatu tujuan diperlukan suatu perencanaan dan tindakan nyata untuk dapat mewujudkannya. Dimana visi dan misi perusahaan PT Auliya Tour and Travel adalah sebagai berikut :

- a. Visi
 - a) Menjadi penyedia layanan Haji dan Umrah yang handal dan terpercaya.
- b. Misi
 - a) Menyelenggarakan perjalanan Haji dan Umrah dengan kualitas layanan yang prima untuk mencapai kemabruran.
 - b) Memberikan solusi kepada masyarakat luas agar dapat menunaikan ibadah Haji dan Umrah dengan harga yang terjangkau.
 - c) Meningkatkan tata kelola perusahaan secara berkelanjutan agar menjadi perusahaan jasa perjalanan yang diperhitungkan.

D. Struktur Organisasi PT.Auliya Tour and Travel Pekanbaru

Gambar 4.1

Struktur Organisasi PT.Auliya Tour and Travel Pekanbaru



E. Kantor Cabang PT.Auliya Tour and Travel

Perkembangan PT.Auliya Tour and Travel semakin meningkat seiring dengan berjalannya waktu, hal ini terbukti dengan semakin banyaknya kantor cabang PT.Auliya Tour and Travel diberbagai daerah. Perkembangan tersebut disebabkan karena PT.Auliya Tour and Travel semakin banyak dipercaya oleh masyarakat sebagai penyelenggara ibadah haji dan Umrah yang professional dan terpercaya, yang dibuktikan oleh PT.Auliya Tour and Travel melalui pelayanan yang meraka berikan kepada jamaah.

Tabel 4.1 Kantor Cabang PT.Auliya Tour and Travel

No	Nama	SK	Tanggal SK	Alamat
1	PT. Auliya Perkasa Abadi Kota Banda Aceh	Nomor 652 Tahun 2018	31-12- 2018	Villa Buana Gardenia, Jl. Rumbia, No.272, Desa Lampasi Engking, Kecamatan Darul Imarah, Kabupaten Aceh Besar, Provinsi Aceh
2	PT. Auliya Perkasa Abadi Kota Padang	Nomor 71 Tahun 2020	21-01- 2020	Jl.Mustika Raya E/2, Kelurahan Penggambiran Ampalu Nan XX, Kecamatan Lubuk Bergalung, Kota Padang Provinsi Sumatera Barat
3	PT. Auliya Perkasa Abadi Cbang	Nomor 606 Tahun 2018	01-10- 2018	Jl.Taman Karya No.35 Panam, Pekanbaru

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta	Kota Pekanbaru			
-------------	----------------	--	--	--

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim



BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Biro perjalanan merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa, dengan menawarkan produk-produk perjalanan dan pelayanan kepada masyarakat sehingga menghasilkan keuntungan dari hasil penjualan produk yang ditawarkan. Begitu pula halnya dengan PT Auliya Tour & Travel ini merupakan lembaga yang bergerak dibidang biro perjalanan wisata yang telah ditetapkan oleh Menteri sebagai penyelenggara perjalanan ibadah umrah. Biro jasa ini telah terdaftar sebagai biro perjalanan wisata yang sah, sehingga telah memiliki izin untuk menyelenggarakan jasa penyelenggara perjalanan ibadah umrah. Setelah memiliki izin dari pihak pemerintah, PT Auliya Tour dan Travel berupaya untuk mempromosikan biro jasa perjalanan haji dan umrah.

Berdasarkan data lapangan melalui wawancara yang peneliti kumpulkan strategi promosi yang digunakan adalah strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu langkah pemasaran yang terkendali meliputi strategi produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan tempat (*Place*) yang dibaur menjadi satu untuk menghasilkan respon dan tanggapan pasar yang lebih baik. Serta kombinasi promosi dalam pemasarannya menggunakan beberapa teknik promosi yaitu, periklanan (*advertising*), penjualan tatap muka (*personal selling*), hubungan masyarakat (*public relation*), dan promosi penjualan (*sales promotion*). Adapun teknik dan instrumen yang digunakan oleh PT Auliya Tour dan Travel dalam mempromosikan produknya berupa jasa layanan perjalanan umrah yaitu:

1. Periklanan (*Advertising*)

Instrumen promosi yang sering digunakan oleh PT Auliya Tour dan Travel adalah menggunakan media, baik menggunakan media elektronik



dan media cetak. Media elektronik yang dipakai adalah dengan menggunakan media sosial seperti *website* dan *facebook*, Media cetak yang digunakan oleh PT Auliya Tour dan Travel adalah dengan menerbitkan brosur, baliho, banner dan spanduk.

2. Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*)

Penjualan tatap muka dilakukan oleh pihak PT Auliya Tour dan Travel dengan tertuju dan target yaitu ustadz-ustadz pembimbing terlebih dahulu. Perusahaan ini menawarkan terlebih dahulu terkait jasa dan layanan umrah yang akan diberikan kepada ustadz pembimbing yang telah bergabung dengan perusahaan.

3. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

PT Auliya Tour dan Travel melakukan promosi dengan bergabung dan mengikuti kegiatan masyarakat seperti kegiatan tabligh akbar, gerakan subuh jamaah, wirid dan pengajian. Bagian Humas (Hubungan Masyarakat) atau *Public Relation* membagikan brosur tentang penawaran perjalanan umrah kepada jamaah pada saat kegiatan sosial tersebut.

4. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan (*sales promotion*) yang digunakan oleh pihak PT Auliya Tour dan Travel dengan bantuan ustadz sebagai instrumen promosi. Promosi penjualan dilakukan dengan bantuan ustadz pada saat beliau mengadakan pengajian dengan para jamaahnya di masjid.

B. Saran

Setelah peneliti melakukan penelitian ini, ada beberapa saran dan masukan yang peneliti berikan berkaitan dengan masalah penelitian ini. Adapaun sarannya adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada pihak Hubungan Masyarakat (Humas) atau *public relation* PT Auliya Tour dan Travel terus meningkatkan promosi haji dan umrah kepada masyarakat dengan berbagai teknik promosi dengan tujuan untuk menarik minat masyarakat menggunakan jasa layanan haji dan umrah dari PT Auliya Tour dan Travel ini.



2. Diharapkan juga kepada seluruh elemen PT Auliya Tour dan Travel dapat terus memaksimalkan berbagai strategi promosi yang telah diterapkan dan juga melakukan inovasi baru dalam melakukan promosi jasa dan layanan umrah bertujuan agar dapat meningkatkan jumlah calon jamaah umrah yang menggunakan jasa PT Auliya Tour dan Travel.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz Bin Abdullah Bin Baaz, 1993. *Haji, Umrah dan Ziarah berdasarkan tuntunan Al-Qur'an dan As-sunnah*, (Jakarta : CV. Firdaus).
- Abdurachman Rochimi, 2010. *Segala Hal Tentang Haji Dan Umroh*, (Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama).
- Ahmad Abd Majdi, 1993. *Seluk Beluk Ibadah Haji Dan Umroh*, (Surabaya : Mutiara Ilmu).
- Ahmad Thib Raya, Siti Musdah Mulia, 2003. *Menyelami Seluk Beluk Dalam Islam*. (Jakarta : Prenada Media).
- Aulia Hayu Nityasari, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penggunaan Jasa Jamaah Umrah*. (Semarang, 2013).
- Buchali Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: 2005).
- David, Fred.R. 2004. *Manajemen Strategis*, (Jakarta : PT. Indeks kelompok gramedia).
- Dien Majid, 2008. *Berhaji Dimasa Kolonial*, (Jakarta : CV. Sejahtera).
- Eko Hadi Wiyono. *Kamus Bahasa Indonesia Lengkap*, (Jakarta: Palanta, 2007).
- I Gde, Diarta, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, (Yogyakarta: Andi, 2009).
- Imam Jazuli, 2014. *Buku Pintar Haji Dan Umroh*, (Yogyakarta : Ar-Ruzz Media)
- Indo Yama Nasarudin, Hemmy Fauzan, *Pengantar Bisnis dan Manajemen*, (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2006).
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2006).
- Mardia hayati, 2012, *Desain Pembelajaran Berbasis Karakter*, (Pekanbaru: Al-Mujtahadah Press).
- Masrura Ram Idjal, 2014. *Umrah Menggapai Berkah Di Tanah Suci*, (Bandung : PT. Cendekia Visitama).
- Mill, *Tourism The International Bussines*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000).
- Mudasir, 2012, *Desain Pembelajaran*, (Indragiri Hulu : STAI Nurul Falah).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif Edisi Ke-2*, (Yogyakarta: Penerbit Erlangga, 2009).

Muhammad Sholikhin, 2013. *Keajaiban Haji Dan Umrah*, (Jakarta : Erlangga).

Muhaimin, Suti'ah, dan Sugeng Listyo Prabowo, 2009, *Manajemen Pendidikan*, (Jakarta: Kencana).

Moertopo Ali, *Strategi Pembangunan Indonesia*, (Jakarta: CSIS 1978).

Nawawi Hadrawi, *Metodologi Penelitian Bidang Sosial*, (Semarang: Gaja Mada University, 1999).

Onong Uchjana Effendy, *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002).

_____, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdaskarya, 2006).

Rambat Lupiyoadi, A.Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006).

Revi Rahadian , *Analisis Tingkat Kepuasan Jamaah Umroh Terhadap Pelayanan Prima di PT. Manajemen Mihrab Qolbi Jakarta Selatan*. (Jakarta Selatan, 2006).

Rifa'i, Moh. 1978, *Ilmu Fiqih Islam Lengkap*, (Semarang: PT karna toha putra).

Risalatul Azizah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. (Studi pada Jamaah Umroh kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Hasuna Tour Yogyakarta), (Yogyakarta, 2012).

Ruslan, Rosady, *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003).

_____, *Kampanye Publik Relations kiat dan Strategi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1997).

Setiyawan Hari Purwodan Zulkieflimansyah, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Lembaga Penerbitan FEUI, 2001).

Sugiono, *Metodologi Penelitian Pendidikan; Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Cet.VI; Bandung: Alfabeta, 2008).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008).

Siagian P. Sondang, *Managemen Strategi*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2004).

Tafsir Ahmad, DR. 2009. *Materi Pendidikan PAI*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya).

Tjiptono, Fendy. 2001. *Strategi Pemasaran. Edisi Pertama*, (Yogyakarta: Andi Offset).

Tedjo Tripomo, *Manajemen Strategi Rekayasa Sains*, (Bandung: 2004).

Wina Sanjaya, *Penelitian Tindakan Kelas*, (Jakarta: Kencana, 2009).

Yuanitha Octaviani, *Strategi Promosi Pariwisata Kota Pekanbaru* (Pekanbaru: FISIP UR, 2012).

DOKUMENTASI

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

UIN SUSKA RIAU



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jln. HR. Soebrantas KM. 15 No. 155 Tuah Madani Tampan – Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051

Fax. 0761-562052 Web: <https://fdk.uin-suska.ac.id/> Email: fdk@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/3175/2020
 Sifat : Biasa
 Hal : **Mengadakan Penelitian**

Pekanbaru, 19 Dzulqoidah 1441 H
 10 Juli 2020

Kepada Yth:
Kepala Dinas Penanaman Modal dan
Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau
Pekanbaru

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

N a m a : **Yoga Okta Pratama**
 N I M : 11544101740
 Semester : X (Sepuluh)
 Jurusan : Manajemen Dakwah
 Pekerjaan : Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:

“Strategi PT. Auliya Tour And Travel dalam Mempromosikan Program Haji dan Umrah Kepada Masyarakat”

Adapun sumber data penelitian adalah:

“PT. Auliya Tour And Travel”

Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatian Saudara diucapkan terima kasih.



Wassalam
 a.n. Rektor,
 Dekan,

Dr. Nurdin, MA
 NIP 19660620 200604 1 015

Tembusan :
 1. Yth. Rektor UIN Suska Riau
 2. Mahasiswa yang bersangkutan

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**
 Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTSP/NON IZIN-RISET/33859
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/3175/2020 Tanggal 10 Juli 2020**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

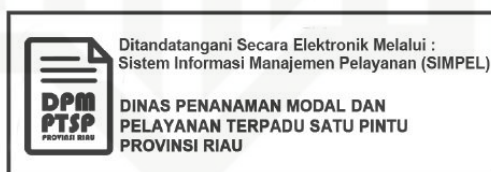
- | | | |
|----------------------|---|--|
| 1. Nama | : | YOGA OKTA PRATAMA |
| 2. NIM / KTP | : | 11544101740 |
| 3. Program Studi | : | MANAJEMEN DAKWAH |
| 4. Jenjang | : | S1 |
| 5. Alamat | : | JL.KUTILANG SAKTI PANAM, PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : | STRATEGI PT.AULIYA TOUR AND TRAVEL DALAM MEMPROMOSIKAN PROGRAM HAJI DAN UMROH KEPADA MASYARAKAT |
| 7. Lokasi Penelitian | : | PT. AULIYA TOUR AND TRAVEL |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 10 Juli 2020



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Pimpinan PT. Auliya Tour And Travel
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

hak cipta Diindungi Undang-undang

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya



BIOGRAFI PENULIS

Yoga Okta Pratama lahir di Perawang, Kecamatan Tualang, Kota Perawang, Provinsi Riau, pada tanggal 22 Oktober 1996. Anak pertama dari tiga bersaudara. Lahir dari pasangan Rinal Edi dan Fitrawati. Penulis beralamat di Jl. M. Ali. GG. Makmur KM. 6 Perawang Barat. Motto penulis adalah “Sukses itu adalah cara kita bersyukur atas segala apa yang

Allah SWT berikan, dan sukses itu bukan ajang perlombaan siapa cepat dia menjadi pemenang. Maka dari itu kita harus tetap bersyukur dan menghasilkan yang terbaik dengan tetap berusaha dan bersungguh-sungguh”. Adapun perjalanan penulis dalam jenjang menuntut Ilmu Pengetahuan, penulis telah mengikuti pendidikan formal yaitu sebagai berikut:

- Tahun 2004 Memasuki Sekolah Dasar di SD Muhammadiyah Kecamatan Tualang, Kota Perawang, Kabupaten Siak
- Tahun 2009 Memasuki Sekolah Menengah Pertama di Pondok Pesantren Modern Diniyyah Pasia, Kota Bukittinggi
- Tahun 2012 Memasuki Sekolah Menengah Atas di Pondok Pesantren Modern Diniyyah Pasia, Kota Bukittinggi
- Tahun 2015 Memasuki Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Jurusan Manajemen Dakwah dan konsentrasi Travelling Haji Umrah

Dalam masa perkuliahan telah melakukan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Kelawat Kecamatan Sungai Lala, Kabupaten Indragiri Hulu dan juga telah melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Kantor Kementerian Agama Jl.Sudirman, Pekanbaru Provinsi Riau. Penulis melakukan Penelitian di PT. Auliya Tour And Travel dengan judul “Strategi PT. Auliya Tour And Travel Dalam Mempromosikan Program Haji Dan Umrah Kepada Masyarakat ”. Akhirnya pada tanggal 03 November 2020 penulis di Munaqasahkan dalam sidang Ujian Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi, dan dinyatakan “lulus” dengan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).